

ISSN 2072-8549

В

ЕСТНИК

МОСКОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ОБЛАСТНОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Экономика

№ 4 / 2010

Bulletin
of Moscow State Regional University

SERIES
«ECONOMICS»

№ 4

Moscow
MSRU Press
2010

Bulletin of Moscow State Regional University

The journal was founded in 1998

Editorial council:

Pasechnik V.V.– Chairman, Rector, Doctor of Pedagogics, Professor
Dembitsky S.G.– Deputy Chairman, Doctor of Economics, Professor
Konichev A.S.– Doctor of Chemistry, Professor
Lekant P.A.– Doctor of Philology, Professor
Makeev S.V.– Director of MSRU Press, Doctor of Philosophy, Associate Professor
Pus'ko V.S.– Doctor of Philosophy, Professor
Traytak S.D.– Candidate of Physics and Mathematics, Professor

Editorial Board. Series «Economics»:

Zheltenkov A.V., Doctor of Economics, Professor (editor-in-chief)
Kraht K.-H., Honorary professor of MSRU (Germany, Munster)
Zhurakhovskaya I.M., Candidate of Economics, Professor (deputy editor)
Chistokhodova L.I., Doctor of Pedagogics, Professor
Peshcherov G.I., Doctor of Military Sciences, Professor
Pyastolov S.M., Doctor of Economics, Professor
Vlasova T.I., Candidate of Economics, Associate Professor

Bulletin of Moscow State Regional University. Series «ECONOMICS». – № 4. 2010.–
M.: MSRU Press. – 152 p.

The bulletin of Moscow State Regional University (all its series) is the reviewed and subscribed edition designed for the publication of lecturer staff's scientific articles, and also candidates for a doctor's degree, post-graduate students and applicants for a scientific degree. On MSRU web-site the information on the status of all series «Bulletin of Moscow State Regional University» and requirements to the publications for authors are periodically updated with making necessary changes.

© MRSU, 2010

© MRSU Press, 2010

Вестник

***Московского государственного
областного университета***

**СЕРИЯ
«ЭКОНОМИКА»**

№ 4

**Москва
Издательство МГОУ
2010**

**Вестник
Московского государственного
областного университета**

Научный журнал основан в 1998 году

Редакционно-издательский совет:

Пасечник В.В. – председатель редсовета, доктор педагогических наук, профессор
Дембицкий С.Г. – зам. председателя редсовета, доктор экономических наук, профессор
Коничев А.С. – доктор химических наук, профессор
Лекант П.А. – доктор филологических наук, профессор
Макеев С.В. – кандидат философских наук, профессор
Пусько В.С. – доктор философских наук, профессор
Трайтак С.Д. – кандидат физико-математических наук, профессор

Редакционная коллегия серии «Экономика»:

Желтенков А.В. – доктор экономических наук, профессор, ответственный редактор
Крафт К.-Х. – почетный профессор МГОУ (Германия, г. Мюнстер)
Жураховская И.М. – кандидат экономических наук, профессор, зам. ответственного редактора
Чистоходова Л.И. – доктор педагогических наук, профессор
Пещеров Г.И. – доктор военных наук, профессор
Пястолов С.М. – доктор экономических наук, профессор
Власова Т.И. – кандидат экономических наук, доцент

Вестник МГОУ. Серия «Экономика». – № 4. 2010. – М.: Изд-во МГОУ. – 152 с.

«Вестник МГОУ» (все его серии) является рецензируемым и подписным изданием, предназначенным для публикации научных статей профессорско-преподавательского состава, а также докторантов, аспирантов и соискателей (См.: Список журналов на сайте ВАК в редакции 2010 г.). На сайте МГОУ информация о статусе всех серий «Вестника МГОУ» и требованиях к публикациям для авторов статей находится постоянно, обновляясь с внесением необходимых изменений.

© МГОУ, 2010

© Издательство МГОУ, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Глушков А.С. Об организации деятельности субъектов компаний, основанной на внутренней и внешней экспансии.....	7
Косевич А.В. Конкурентные стратегии мировых лидеров экспорта образовательных услуг.....	13
Дембицкий С.Г. Институт лоббирования в системе функционального представительства групп экономических интересов.....	19
Семенова Г.Н. Инструменты реализации научно-технической инновационной политики.....	31
Гуленко П.И. Политэкономические аспекты процесса воспроизводства оборотных капиталов национальной экономике.....	36
Кирпичев В.В. Трансформация структуры материнского поколения и демографическое регулирование как факторы популяционных и социально-экономических изменений в России.....	44
Шокин Я.В. К вопросу об актуальности оценки влияния неденежных факторов на процесс принятия хозяйственных решений субъектами рынка.....	51
Тахумова О. Инновационные аспекты повышения международной конкурентоспособности российской продукции.....	57
Шепелев С.В. Экспорт частных прямых инвестиций из России в условиях мирового финансового кризиса.....	61

РАЗДЕЛ II ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Овчаренко Н.А. Конкурентная среда как управляемый носитель конкурентных процессов в промышленности страны.....	68
Богадулов Р.Н. Совершенствование управления предприятиями регионального санаторно-курортного комплекса Кавказских Минеральных Вод.....	76
Бурцев Ю.А. Стратегические вопросы повышения эффективности современного промышленного производства.....	84
Чистоходова Л.И., Бурцев Ю.А. Знания как компонент экономической эффективности производственного предприятия.....	89
Фролов В.Н. Финансовые риски компании.....	95
Эбергардт А.Е. Место и роль стимулирования сбыта товаров сезонного характера.....	100
Кашкина И.О. Оценочные показатели эффективного энергопотребления производства в России.....	105
Лимонов В.И. Эволюция санаторно-курортной сферы Российской Федерации (организационно-экономический аспект).....	110
Карпенко О.А. Современные принципы эффективного налогообложения недвижимого имущества.....	116
Аллаков А.Б. Модели управления финансовыми ресурсами в многопрофильной компании.....	122
Хубиева А. Солтан-Хамидовна Роль образовательных услуг в условиях формирования сетевой экономики.....	128
Кошман А.С. CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)-система управления взаимоотношениями с клиентами.....	132
Семова Н.Г., Матаев А.С., Воронцова А.В. Повышение качества жизни населения – стратегическая цель социально-экономического развития региона.....	137
Харитоновна А. В. Использование модифицированного алгоритма проведения SWOT-анализа для адаптивного управления на металлургическом предприятии.....	140
Наши авторы.....	148

CONTENTS

SECTION I SOCIAL ISSUES OF RUSSIAN ECONOMY MODIFICATION

Glushkov A. About organization of activity of субъектов of the companies, based on the inside and outside explanation.....	7
Kosevich A. Competitive strategies of the world leaders of the export of educational services.....	13
Dembitsky S. Lobbying in the system of functional representation of economic interest groups.....	19
Semenova G. Instruments of realization of scientific and technical and innovations policy.....	31
Gulenko P. Working capital reproduction process in national economy: political & economical issues.....	36
Kirpichev V. Transformation of maternal GENERATION AND POPULATION CONTROL AS factors of population and socio-economic changes in RUSSIA.....	44
Shokin I. Towards the actuality of estimation of the influence non-monetary factors have on market players decision-making.....	51
Takhumova O. Innovative aspects of increase of the international competitiveness of russian production.....	57
Shepelev S. Export privat direct foreign investments out russian in the world financial crisis.....	61

SECTION II THE PROBLEMS OF ECONOMY AND OF NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Ovcharenko N. The competitive environment – the object of management of competition in national industry..	68
Bogadurov R. Perfection of management by the enterprises of the regional sanatorium complex of the Caucasian Mineral Waters.....	76
Burtsev Y. Strategies interrogations augmentation efficacitï actuelle industrielle fabrication.....	84
Chistokhodova L., Burtsev Y. Knowledges as component of economic efficiency of production enterprise.....	89
Frolov V. Company financial risks.....	95
Ebergardt A. Place and role of sales promotion for seasonal goods.....	100
Kashkina I. Estimated indices of the effective energy consumption of production in Russia.....	105
Limonov V. Problems of government regulation of the health resort sphere of Russia.....	110
Karpenko O. Modern Principles of the Effective Taxation of Real Estate.....	116
Allakov A. Models of financial management in multi-company.....	122
Khubieva A. The role of educational services in the emerging network economy.....	128
Koshman A. CRM (customer relationship management) – system of customer relationship management.....	132
Semova N., Mataev A., Vorontsov A. Improving the quality of life – strategic objective socio-economic development of the region.....	137
Kharitonova A. The use of modified algorithm of carrying out swot-analysis for adaptive management at metallurgical enterprise.....	140
Aur autors.....	148

РАЗДЕЛ I

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

УДК 334

Глушков А.С.

Московский государственный вечерний металлургический институт

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ КОМПАНИЙ, ОСНОВАННОЙ НА ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ЭКСПАНСИИ*

Аннотация. В статье дан анализ организации деятельности субъектов компаний в современных условиях. Проанализированы основные принципы организации экономической деятельности компаний, определены подходы к организации деятельности субъектов компаний в условиях рынка, проанализированы проблемные вопросы слияния и поглощения компаний, положительные и отрицательные аспекты слияний и поглощений.

Ключевые слова: рынок, иерархия, затраты, эффективность, слияние.

A. Glushkov

Moscow State Evening Metallurgical Institute

ON ORGANIZATION OF THE SUBJECTS OF COMPANIES' ACTIVITY BASED ON
INNER AND OUTER EXPANSION

Abstract. The article is concerned with the company subjects' activity in modern conditions. The basic principles of organization of economic activity of the companies have been analyzed. The approaches to arranging the activity of the company subjects in market conditions have been defined. Positive and negative aspects of company mergers and takeovers have been revealed.

Key words: market, hierarchy, costs, effectiveness, merger.

Организация экономической деятельности любого предприятия, от компании с одним владельцем и партнерства до крупных корпораций, основывается на двух главных принципах: стихийном (рыночном) и иерархическом (властном) порядках. Стихийный порядок обусловлен взаимодействием независимых друг от друга сторон (фирм) на некую информацию и экономические стимулы, получаемые непосредственно из окружающей действительности. Рынок как раз и является основным экономическим элементом стихийного порядка, где решения принимаются в ответ на изменение главного атрибута рынка – цены. Строго говоря, стихийный порядок – это принцип или способ осуществления координации, при котором индивидуумы приспособливают свои действия к условиям, основываясь на информации и стимулах своего непосредственного окружения.

Второй принцип организации экономической деятельности предприятия – иерархия, то есть способ достижения координации, при которой все индивидуальные действия подчинены инструкциям центральной власти фирмы или корпорации. На основе этого принципа строится внутренняя структура фирмы, где служащие действуют в соответствии с приказами руководителей и управляющих. Внутренняя структура управления

* © Глушков А.С.

фирмы – это как раз основной пример иерархии. Правительственные органы также работают согласно иерархическим принципам.

Сопоставляя два главных принципа организации экономической деятельности фирм, американские экономисты еще в начале 60-х гг. прошлого века поставили ряд вопросов. Во-первых, если рынки так хорошо работают, то почему внутри фирмы используется иерархический принцип организации их деятельности? Почему вся созидательная деятельность, включая труд конторских служащих и рабочих на сборочных конвейерах, не координируется согласно принципам стихийного порядка как реакция на рыночные цены? Во-вторых, если иерархия является лучшим способом организации экономической деятельности, то нужен ли рынок вообще? Почему бы не организовать всю экономику как одну большую фабрику, где все получают приказы от одного верховного босса, то есть хозяина, руководителя предприятия, учреждения?

Наблюдая, что реальная американская экономика состоит из смеси иерархической организации внутри фирм и рынка между ними, они, в частности Рональд Коуз [2], пришли к выводу, что каждый из этих принципов имеет свои преимущества. Рынки преобладают там, где они являются более эффективными средствами организации экономической деятельности, а фирмы с их жесткой иерархической организацией лучше справляются с собственным делом.

Однако в течение десятилетий после выхода работы Коуза многие американские экономисты продолжали задаваться аналогичными вопросами. Особенно это актуально для российской экономики, где происходит массовое изменение принципов организации экономической деятельности предприятий, получивших независимость от иерархических принципов управления.

В качестве исходного пункта анализа организации экономической деятельности американские экономисты принимают уровень производственных и непроизводственных затрат. Под производственными затратами они понимают все затраты, которые связаны непосредственно с производством, а непроизводственные – затраты, не связанные непосредственно с производством и идущие на ведение дела. Они включают затраты на выбор партнеров, обсудивших условия договора, выработку согласия, проверку фактического исполнения, реакцию на какие-либо изменения.

Как производственные, так и непроизводственные затраты помогают определить оптимальный способ организации предприятия. Если стихийный порядок посредством рынка минимизирует их сумму для решения определенной экономической задачи, то такое предприятие, соответственно, и будет организовываться таким образом. Если иерархический принцип организации внутри одной фирмы уменьшит их сумму, то имеет смысл организовывать предприятие именно так. Во всяком случае, так считают американские экономисты.

Образование фирмы вовсе не исключает наличие непроизводственных затрат. Фирма имеет расходы на организацию структур управления, юридического статуса новой фирмы, контроля, перераспределения обязанностей в ответ на непредвиденные изменения. Тем не менее для решения многих сложных задач непроизводственные затраты внутри фирмы, построенной исходя из иерархических принципов, оказываются меньше, чем аналогичные расходы при рыночной организации мероприятия. Примерно с этих позиций западные экономисты объясняют причины создания фирм на различных принципах, их развитие, слияние, поглощение, разъединение, ликвидацию или возрождение.

Какова бы ни была форма компаний – индивидуальная, частная, фирма, товарищество или корпорация, существует большая вероятность того, что со временем она изменится. Компании всех размеров и типов достигают разнообразных целей, сливаясь, разделяясь и меняя структуру. В США список 500 крупнейших компаний за последнее

десятилетие прошлого века иллюстрирует это положение. Почти 40 % корпораций, входивших в этот список в начале 80-х годов, слились или были приобретены другими фирмами. Так, например, фирма «Стендэд Брэндз» была приобретена компанией «Набиско», которую затем приобрел Р. Дж. Рейнелдз, которого, в свою очередь «купила» фирма К.Р.К. («Колберг Крейвис Робертен»). Из тех 313 корпораций, входивших в список 500, которые выжили в конце последнего десятилетия прошлого века, 67 радикально изменили структуру – в основном избавились от побочного бизнеса. «Мобил Ойл» продал свои неэнергетические подразделения, «Колгейт-Полмолив» отсекала медицинский бизнес, а «Дженерал Миллз» продала подразделения, занимавшиеся игрушками, модной одеждой и розничной торговлей. Точно так же в более мелких компаниях от Сан-Диего до Бостона, как в зеркале, отражались те изменения, которые происходили с компаниями из списка 500, они сливались, разделялись и создавали новые фирмы. [1]

Термины, которые наиболее часто используются при описании подобных явлений, это слияние, поглощение и приобретение контрольного пакета акций. Различие между слияниями и поглощениями чисто техническое и касается ряда компаний, которые имеют общие интересы и которые объединяются с целью создания новой компании. При поглощении одна компания покупает другую (или ее часть) и в дальнейшем осуществляет контроль над ней. Поглощение может сопровождаться реализацией активов, когда одна компания продает часть своей собственности другой компании.

В США в конце 80-х годов многие поглощения совершались в форме выкупа контрольного пакета акций. В этом случае индивидуальный предприниматель (или группа предпринимателей), купивший компанию (или отдельные компании) вместе с ее заемными средствами, использует имущество купленной компании для погашения своего долга (или в качестве гарантии его выплаты). Затем долги выплачиваются из доходов компании или из средств от продажи активов и акций. Следует заметить, что получение контрольного пакета акций не всегда приводит к желательным результатам.

Слияния и поглощения представляют собой относительно «радикальные» способы объединения компаний. Часто компании используют более «умеренные» способы соединения своих усилий для достижения определенных целей. Так, например, две или более компаний могут создать совместное предприятие для разработки какого-либо проекта. Совместное предприятие может быть легко и быстро расформировано, если масштабы проекта уменьшаются, а может и продолжать свою деятельность в течение многих лет.

Консорциум сходен с совместным предприятием, но в нем соединяются усилия сразу нескольких компаний. Одним из способов организации совместной деятельности являются также кооперативы. В них работают группы людей или небольших компаний, которые имеют общие цели и объединяются, чтобы приобрести большую конкурентоспособность, а также получить выгоду от экономии, обусловленной масштабами производства. Подобно крупным компаниям, кооперативы могут иметь солидные объемы закупок и продаж. Однако, вместо того чтобы распределять часть прибыли среди акционеров фирмы, кооперативы делят всю прибыль между своими членами.

В США около 95 % всех слияний и поглощений совершаются по обоюдному согласию и без всякой шумихи. События, которые обычно выносятся в заголовки газетных статей, называются враждебными поглощениями, при которых одна сторона борется за приобретение контроля над другой стороной против воли существующего руководства последней. Если «агрессору» удастся захватить намеченную компанию, ее прежние руководители, как правило, освобождаются от занимаемых должностей.

Существует два основных способа враждебного поглощения: прямое предложение о покупке акций (тендер) и борьба за голоса акционеров. Первое означает, что компания-агрессор выдвигает корпорации предложение о покупке определенного количества

ее акций по фиксированной цене. Эта цена обычно выше текущей цены акций, поэтому держатели заинтересованы в такой продаже. Компания-агрессор рассчитывает купить достаточное количество акций корпорации, чтобы иметь возможность приобрести контроль над ней и заменить существующий состав директоров и менеджеров захваченной фирмы.

Второй способ означает, что «агрессор» убеждает акционеров намеченной им корпорации отдать ему свои голоса в надежде собрать достаточное количество сторонников для смещения существующего состава управленческого корпуса. Такая деятельность лишь на первый взгляд кажется несложной, в действительности битву за голоса акционеров очень трудно выиграть.

Функционеры компании имеют определенные преимущества: они знают, как войти в контакт с держателями акций, и они могут использовать деньги корпорации в своей «оборонительной» компании. По данным американских экономистов, при изучении 60-ти крупнейших случаев борьбы за голоса акционеров исследователи обнаружили, что действующее руководство выигрывало в 70 % случаев.

В США компании объединялись самыми разнообразными способами. В период между 1881-1911 гг. капиталисты создавали гигантские монополистические тресты, скупая акции конкурирующих компаний в ключевых отраслях, таких, как нефтяная и металлургическая, чтобы установить контроль над рынком.

Эти тресты создавались путем горизонтальных слияний. Под трестом понимается монополистическое соглашение, которое заключается в том случае, когда одна компания покупает контрольный пакет акций другой компании в той же отрасли.

Под горизонтальным слиянием понимается объединение фирм, которые являются конкурентами в одной и той же отрасли. Цель горизонтального слияния заключается в получении выигрыша от экономии, обусловленной масштабами деятельности, и в защите от местной конкуренции. Однако нарастание государственного антитрестовского движения и дробления в 1991 г. компании «Стандард Ойл» г. положило конец этой волне объединения, но в последние годы в США горизонтальные слияния вновь получают распространение.

Вторая большая волна слияний поднялась в 20-х гг. двадцатого века. Этот период отмечен вертикальными слияниями, при которых компании, предоставляющие собой одно звено в технологической цепи, поглощают компанию, принадлежащую к другому звену этой цепи, или объединяются с ней. Под вертикальным слиянием понимается объединение фирм, которые действуют в одной и той же отрасли, но в разных звеньях ее технологической цепи. Как правило, цель вертикального слияния состоит в получении надежного доступа к поставщикам или рынкам сбыта. Вертикальное объединение технологических цепей в одно целое предприятие было характерно в советские времена при строительстве металлургических комбинатов.

Третья волна слияний относится к концу 60-х и началу 70-х гг.. Для нее характерны слияния компаний, которые не связаны между собой. Эти конгломератные слияния совершались для ускорения роста фирм и диверсификации (предупреждения) риска. Под конгломератным слиянием понимается объединение технологически не связанных фирм, совершаемое для увеличения масштабов компаний и уменьшения риска благодаря диверсификации производства.

Теоретически, если в одном из видов производства наблюдается спад, то в другом может начаться подъем, что позволяет компании в целом удержать равновесие на рынке. Тем не менее сейчас в США многие огромные конгломераты, созданные в конце 60-х гг., расформировываются. Это происходит по разным причинам: возможно, компании стремятся ускорить и упорядочить свои сделки, накопить капитал для других целей или изба-

виться от нерентабельных дочерних предприятий.

Последняя волна слияний в США прошла в 80-х гг. За это десятилетие на слияние, поглощение и приобретение контрольных пакетов акций была потрачена, по данным американским экономистов, невероятная сумма – 3,7 триллионов долларов. Формально считается, что значительная часть сделок была совершена для того, чтобы улучшить деятельность заинтересованных компаний. В действительности во многих случаях мотивом было получение немедленной прибыли. Дело в том, что в начале 80-х гг. многие компании в реальности стоили больше совокупной стоимости их акций. Дальновидный фондовый делец мог занять деньги, скупить достаточное количество акций для получения контроля над компанией, распродать часть компании, чтобы расплатиться с долгами и все же остаться с прибылью.

Вал слияний и поглощений, прокатившийся в 80-х гг., по мнению американских экономистов, возбудил оживленные дебаты. Противники утверждали, что слияние порождает тяжкое бремя долгов корпораций с высоким риском и отвлекает капиталовложения от производственных активов. Вместо того чтобы строить новые заводы, говорили критики, компании берут кредиты на огромные суммы, чтобы финансировать бесконечную игру с собственностью. У этих компаний будут серьезные финансовые трудности, если экономическая ситуация ухудшится.

Но в противоречивой дискуссии о фондовых сделках 80-х гг., самой животрепещущей темой было совершенно непристойное количество денег, которые получали «агрессоры» в операциях, совершенных за чужой счет. Когда некоторые из знаменитых фигур эпохи слияний подверглись наказанию за балансирование на грани законов о ценных бумагах, общественность США была в основном удовлетворена, а администраторы компаний вздохнули с облегчением.

Последующие слияния, происходившие в 90-х гг. в США, резко отличались от «агрессивных» операций 80-х гг. Большая часть сделок совершалась крупными корпорациями в стратегических целях. Стали меньше использоваться заемные средства для покупки акций. Покупатели корпорации стали использовать наличные деньги и акции, избирательно подходить к приобретению компаний, положение которых на рынке должно улучшиться. Часто мотивом слияния служило стремление приобрести географическое преимущество. В США из 10 самых крупных сделок, совершенных в 90-х гг., в 6-ти участвовали иностранные покупатели и продавцы.

В российской экономике в последнее десятилетие также наблюдается процесс объединения и слияния компаний. Процессы объединения и слияние активно осуществляются в черной металлургии [3].

Так, «Газпром», владеющий контрольным пакетом акций Электрометаллургического комбината и Лебединского горно-обогатительного комбината, выступил инициатором создания холдинга «Газметалл». Новая компания, как утверждает ее руководство, после слияния стала работать лучше и повысила загрузку своих производственных мощностей.

Все метизные предприятия России объединились в так называемую ассоциацию «Промметиз». В 2000 г., по сравнению с 1999 г., все предприятия этой ассоциации увеличили выпуск продукции на 40 %. Данную ассоциацию рассматривают ее участники не как какое-то акционерное общество, а, скорее всего, как граничащую с общественным союзом общественную организацию. Однако не исключена возможность, что ассоциация «Промметиз» может выполнять функции олигополистического рынка.

Примерно с такой же целью объединены предприятия трубной отрасли под названием «Фонд трубной промышленности». В области складской формы торговли создана «Российская ассоциация металлоторговцев», в которой объединены компании, создан-

ные в период приватизации снабженческо-сбытовых баз и складов.

Во многих случаях результаты слияний и поглощений компаний оказались положительными: предприятия получили ресурсы для организации производства, создания новых рабочих мест, погашения долгов перед поставщиками, смежниками.

В тоже время критики указывают также на то, что дружественные слияния и поглощения иногда дорого обходятся и людям, и регионам. В результате дружественных сделок многие оказываются в проигрыше: служащие, чья карьера рухнула в одночасье; рабочие, которых уволили без всякой их вины; регионы, внезапно обнаружившие, что их заводы стоят, так как производство теперь организовано в другом месте; потребители, которые сталкиваются с более высокими ценами из-за ослабления конкуренции.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Коуз Р.Х. Институциональная структура производства. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5-ти томах. Т. 5 Всемирное признание нобелевских лауреатов. Отв. ред. Фетисов В.В. М.: Мысль, 2004. 718 с.
2. Шевелев Л.Н. Мировая черная металлургия 1950 – 2000. (Реструктуризация, качество, приватизация). М.: Машиностроение, 1999. 214 с.
3. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. Учебник / Е.Ф. Авдокушин. М.: Экономист, 2004. 366 с.
4. Воронин С.В., Воронин М.С. Слияния и поглощения компаний и банков в условиях современных процессов глобализации мировой экономики. Научные доклады ЦУИИ факультета менеджмента СПбГУ №2002-15.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ МИРОВЫХ ЛИДЕРОВ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ*

Аннотация. В статье произведен сравнительный анализ особенностей государственной политики США и ведущих европейских стран на международном рынке образовательных услуг с целью выявления опыта, представляющего интерес для России. Это обусловлено тем, что, имея значительный экспортный потенциал в сфере высшего образования, в настоящее время Российская Федерация реализует его не в полной мере. Исследуются конкретные меры, предпринимаемые государствами-лидерами экспорта образовательных услуг по продвижению собственных учебных программ на мировой рынок, результаты этой деятельности. По мнению автора, экспорт высшего образования должен рассматриваться в качестве одного из приоритетных направлений политики России на внешнем рынке, действенного инструмента утверждения политического и экономического лидерства страны.

Ключевые слова: российское высшее образование, образовательные услуги, экспорт образовательных услуг, международный рынок образовательных услуг, государственная политика в сфере экспорта высшего образования.

A. Kosevich

International Institute of Economics and Law (Moscow)

COMPETITIVE STRATEGIES OF WORLD LEADERS IN EDUCATION EXPORT

Abstract. The article deals with the analysis of peculiarities of the US public policy and the leading European countries in the world market of educational services in order to gain experience, which may be interesting for Russia. Having a substantial export potential in the sphere of higher education, at present the Russian Federation does not fully implement it. The author investigates the measures which are being taken by the governments – leaders in education export to promote their own curricula in the world market and the results of this activity. The author believes that the export of higher education should be regarded as one of the paramount priorities of the policy in Russia in the external market and an effective method to assert the country's political and economic leadership.

Key words: world market of educational services, Russia's higher education, education export, program on educational development.

В странах Запада экспорт образования рассматривается в первую очередь как отрасль, которая может принести экономике серьезные доходы. К концу XX в. сформировалась отрасль мирового хозяйства — международный рынок образовательных услуг (МРОУ) с объемом продаж в несколько десятков миллиардов долларов США и потоками международной академической мобильности в несколько миллионов человек в год.

По оценкам Всемирной торговой организации, емкость мирового рынка образования составляет 50-60 млрд долл. и непрерывно растет. По мнению экспертов ЮНЕСКО, оказание иностранным гражданам образовательных услуг становится одним из самых прибыльных видов экспорта XXI в. Так, например, доход США от обучения иностранных

* © Косевич А.В.

студентов составляет 18 млрд долл. в год, или 30-36% мирового образовательного рынка [10].

За 40 лет (с 1950 по 1990 г.) количество иностранных студентов в СССР увеличилось в 21,5 раза, достигнув накануне распада СССР 126,5 тыс. человек, что составило 10,8% от общемировой численности иностранных студентов и позволило советским вузам формально занять 3-е место в мире после американских и французских вузов по количеству студентов-иностранцев (в США в 1990 г., по данным ЮНЕСКО, обучалось 407,5 тыс. иностранных студентов, во Франции – 136 тыс.) [8, 15; 9, 106]*. К сожалению, с 1992 г. Россия сдала позиции лидерства в области экспорта образовательных услуг (ОУ), переместившись со 2-го на 8-е место в списке стран-экспортеров высшего образования, и с этого момента не имеет положительной динамики финансовых и количественных показателей экспорта ОУ. Несмотря на незначительный рост количества обучающихся иностранных граждан в российских образовательных учреждениях, нельзя не отметить определенное снижение доли нашей страны на мировом рынке образовательных услуг, более высокие темпы прироста числа иностранных студентов в других странах. Имея значительный экспортный потенциал, прежде всего в сфере высшего профессионального образования, Российская Федерация реализует его не в полной мере. Так, на долю России, по последним данным, приходится лишь 3% от общего числа обучающихся в мире иностранных граждан. В то время как доля США составляет 22%, Великобритании – 12%, Германии – 9%, Франции – 8,8%, Австралии – 8,2%, Китая – 5%, Японии – 4,2% [10].

К сожалению, показательны для нас и мировые рейтинги вузов. В 2009 г. Шанхайский рейтинг университетов вывел Московский государственный университет на 77-е место, а Санкт-Петербургский государственный университет лишь на место в четвертой сотне (диапазон с 303-й по 401-ю позицию) [1], а рейтинг «Times Higher Education» – 155-е и 168-е места соответственно [7].

Так за счет чего США и страны Европы добились нынешних показателей?

Устойчивое лидерство на международном рынке образовательных услуг США неоспоримо уже многие годы. Оказание образовательных услуг иностранцам приносит одну пятую часть доходов в национальную экономику от всего экспорта страны.

В 1998-1999 гг. основными поставщиками студентов для США выступали такие страны, как Китай, Япония, Корея, Индия, Тайвань, Канада, Таиланд, Индонезия, Малайзия, Мексика. Причем Канада и Мексика, имеющие с США общие границы, занимали в этом списке не самые верхние строчки. Среди общего количества студентов, прибывших на обучение, 67% полностью покрывали расходы на обучение из собственных средств или источников в отправляющей стране, обучение всего менее 1% студентов полностью финансировалось из государственного бюджета США. Количество американских студентов, обучавшихся в других странах, составляло 113 959 человек, 55,1% из которых обучались в странах Западной Европы [12, 16]. Обучающиеся в США иностранные студенты принесли в 1999 г. 13 млрд долл. в виде платы за обучение, проживание и др. [11, 105], а в 2005 г. – уже 27 млрд долл. [6, 29].

В 2007-2008 гг. в США насчитывалось уже 623 805 иностранных студентов. Затраты на их обучение составили 21,62 млрд долл. (плата за обучение – 10,64 млрд долл., расходы на проживание – 10,98 млрд долл.). Часть этих затрат – 6,49 млрд – была покрыта из внутренних источников США. Таким образом, иностранными учащимися была ввезена и потрачена сумма приблизительно в 15,13 млрд долл. [13]. Число американских студентов, получающих образование за рубежом, увеличилось к 2007-2008 гг. до 262 416 человек (из них 56,3% выбрали для учебы европейские вузы) [5, 30].

Проводя активную иммиграционную политику, США получают высококвалифицированных специалистов из числа иностранных граждан, обучавшихся в вузах страны.

Это не менее ценная прибыль от хорошо организованного рынка образовательных услуг, нежели плата иностранных учащихся за свое проживание и обучение. Так, от 30 до 50% всех иностранных студентов, получающих степень магистра в американских учебных заведениях, остаются работать в Америке [11, 107]. При этом их стараются набирать преимущественно на те специальности, в которых в наибольшей мере испытывает потребность американская экономика, например, инженерные, компьютерные, математические.

По данным на 2008/2009 учебный год, опубликованным Институтом международного образования, количество обучающихся в США иностранных студентов достигло 671 616 человек, половина из которых – граждане Индии, Китая, Южной Кореи, Канады и Японии. Среди предпочитаемых специальностей по-прежнему с большим отрывом лидируют бизнес и менеджмент и инженерное дело. Наименее востребованными являются специальности в области сельского хозяйства [4, 30-32].

Традиционный интерес к получению бизнес-образования в США обусловлен его высокой репутацией и наличием достаточного количества бизнес-школ, имеющих высокие мировые рейтинги. В отличие от падения интереса к обучению по инженерным специальностям на внутреннем рынке США, достаточно высокая доля обучающихся по этим специальностям иностранных студентов связана, прежде всего, с востребованностью данного рода специалистов в развивающихся странах, достаточно высоким уровнем их заработной платы.

Еще большая доля иностранных специалистов, подготовленных в США, приходит в американские компании, научно-исследовательские институты и университеты из системы послевузовского образования. Свыше 50% аспирантов-иностранцев (они составляют половину обучающихся в аспирантурах ведущих американских вузов, в том числе Стэнфордского и Гарвардского университетов, Массачусетского технологического института) после завершения учебы предпочитают остаться в Соединенных Штатах. Согласно проведенному в 2006 г. социологическому опросу иностранцев-соискателей ученых степеней в американских университетах, 68% из них планировали остаться в США после получения докторской степени, а 44% уже имели конкретные предложения работы. Из иностранцев состоит значительная часть постоянного профессорско-преподавательского состава американских университетов, в том числе от 1/4 до 2/5 профессоров естественных и компьютерных наук, математики; четверть всех докторов наук и инженеров [11, 108].

В 2002 г. в США создана федеральная служба, занимающаяся только проблемами иностранных студентов. Ситуацию в области международных образовательных услуг изучает, собирая и обобщая статистику, Институт международного образования. С 1948 г. он регулярно выпускает статистические обзоры по иностранным студентам, обучающимся в США. Согласно его данным, более 80% иностранных студентов-соискателей степени бакалавра – сами оплачивают свое обучение в США и лишь 8,8% получают средства на свою учебу от американских колледжей, университетов или правительства США. В то же время доля получающих средства из американских источников среди обучающихся по магистерским программам в 5 раз выше. Иностранные студенты постдипломных курсов ряда престижных американских вузов имеют возможность получить долгосрочный (на 15 лет) кредит для покрытия затрат на свое обучение и проживание в США [17].

Одним из факторов роста объема продаж международных образовательных программ как экспортного товара является наличие сформированной государственной политики в этой сфере.

Политика США в этой области определяется меморандумом президента США Билла Клинтона (апрель 2000 г.), посвященным различным аспектам международного обра-

зования, роли США в этом процессе и мерах по реализации программ международного сотрудничества [16]. Основной задачей в данном меморандуме признано продвижение на международный рынок образовательных услуг по уже существующим и действующим учебным программам. Конкретными мерами признаются: объединение усилий всех структур, участвующих в процессе высшего образования, по привлечению иностранных студентов для обучения в США; снятие барьеров, препятствующих студенческой мобильности; оптимизация функционирования фондов и других структур, обеспечивающих существование программ студенческого и академического обмена; использование и развитие современных технологий обучения. Этот документ показателен прежде всего тем, что определяет международное образование в качестве одного из приоритетных направлений государственной политики на внешнем рынке и действенного инструмента утверждения политического и экономического лидерства страны. В качестве основных задач реализации государственной стратегии ставится подготовка американских студентов к успешному существованию в условиях глобального рынка и подготовка «лидеров будущего» из других стран.

Понимая всю важность и перспективность обучения иностранных граждан, многие страны мира стали ориентироваться на США. Наиболее активным, если не агрессивным, игроком на МРОУ в последнее десятилетие выступает Австралия. Благодаря эффективной политической, законодательной, финансовой и организационной правительственной поддержке, образовательным учреждениям этой страны, по официальным сведениям, в 2008 г. удалось привлечь на обучение 543 898 иностранных учащихся при более чем 17-процентном ежегодном приросте их численности.

Активно начали действовать на мировом рынке образовательных услуг и новые игроки: Китай, Япония, Новая Зеландия, Сингапур, численность обучающихся иностранцев в которых в настоящее время сравнима с аналогичным показателем в России или превосходит его [13].

Одним из региональных интеграционных процессов по унификации высшего образования, идущих в Европе, является Болонский процесс. Политический и прагматический аспект создания европейскими странами единого пространства системы высшего образования состоит в повышении конкурентоспособности европейского высшего образования, в стремлении вернуть Европе главенствующие позиции в области развития науки и образования, которые сейчас занимают США [15, 46-52].

В 1997 г. под эгидой Совета Европы и ЮНЕСКО была разработана и принята конвенция о признании квалификаций, относящихся к высшему образованию в Европейском регионе (Лиссабон, 1997 г.), давшая импульс для ускорения процесса взаимной интеграции европейских высших учебных заведений. В ходе дискуссии, связанной с принятием конвенции, ее участники выразили озабоченность по поводу отставания систем высшего образования стран Европы от США в конкурентной борьбе на мировом рынке образовательных услуг, а также за частные капиталовложения, инвестируемые в системы высшего образования. Следует отметить, что в США 36% трудоспособного населения составляют граждане с высшим образованием, а в странах ЕС – только 20%, что также вызывает беспокойство руководства ЕС [18].

Логическим развитием процесса интеграции европейских систем образования стало подписание Болонской декларации (1999 г.) [3]. Цель Болонского процесса – создание всеевропейского образовательного пространства, что увеличит конкурентоспособность высших учебных заведений на мировом рынке; повышение мобильности граждан и способности выпускников к трудоустройству [2]. В Болонской декларации заявлено: «Мы должны добиться того, чтобы престиж европейской системы высшего образования в мире был так же высок, как престиж европейской науки и культуры» [3].

Как конкретно может реализовываться согласование национальных образовательных систем и связанных с ними интересов, показывает заключительный документ конференции европейских высших учебных заведений и образовательных организаций, прошедшей в марте 2001 г. в Саламанке [14, 52–54].

В борьбе на мировом рынке образовательных услуг высших учебных заведений европейские страны-лидеры создали, аналогично транснациональным корпорациям, успешно действующим в разных отраслях экономики, свои образовательные ТНК, которые являются операторами данного рынка. Поскольку основаниями для роста образовательного экспорта параллельно с государственной политикой отдельных стран являются и рыночные процессы (экономический рост в странах Азии сформировал огромный кадровый запрос), то основными направлениями деятельности так называемых образовательных корпораций стали международный маркетинг, продвижение национальных образовательных услуг и оптимизация внутривосточных усилий. Для выстраивания рыночной стратегии необходимо отслеживать процессы, происходящие в существующих и потенциальных странах – поставщиках студентов: как развивается промышленность и какие технологии внедряются; какова кадровая потребность; как растут государственные и личные доходы; какие демографические изменения происходят; каким образом формируется правовое пространство; в чем заключается образовательная позиция национальных правительств.

Сегодняшние образовательные ТНК – это в основном неправительственные организации с негосударственным финансированием, но с мощной государственной поддержкой. Это прежде всего: DAAD (Германия), British Council (Великобритания), CIMO (Финляндия), EduFrance (Франция).

Наряду с этим Великобритания, Франция, Германия разработали собственные государственные программы по привлечению иностранных учащихся и рассчитывают в ближайшем десятилетии довести численность обучающихся иностранцев до 800 000 человек.

Можно выделить три группы приоритетов, на которые ориентируются ведущие страны-экспортеры образовательных услуг [13].

1. *Геополитические (стратегические) приоритеты* предполагают повышение международного влияния через подготовку будущей интеллектуальной элиты зарубежных стран, через распространение национальной культуры и языка и др.

2. *Научно-образовательные приоритеты* связаны с привлечением способной, талантливой молодежи из-за рубежа с целью развития науки и образования; обменом передовым опытом в сфере науки и образования посредством реализации программ международных обменов и др.

3. *Материально-финансовые приоритеты* подразумевают под собой обеспечение работой преподавателей учебных заведений, повышение уровня внебюджетных доходов вузов, косвенных доходов (проживание, питание, транспорт, связь) и др.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что в России необходима масштабная скоординированная программная деятельность в сфере экспорта высшего образования. В обратном случае в условиях обострившейся международной конкуренции страна рискует превратиться из некогда крупнейшего экспортера образовательных услуг в импортера. Относительно вопроса о выборе конкретной стратегии по экспорту российских ОУ автор считает наиболее оптимальным решением выбор в пользу проведения усиленной государственной политики, нацеленной на обеспечение посредством экспорта высшего образования геополитических и экономических интересов России, в сочетании с активизацией деятельности ведущих национальных вузов в данном направлении.

ПРИМЕЧАНИЕ:

* По оценке специалистов Центра социологических исследований Министерства образования и науки РФ, фактическое число иностранных граждан, обучавшихся в 1970-1980-х гг. в СССР, было больше и составляло (без учета иностранных военных курсантов) в 1980 г. свыше 120 тыс. человек, а в 1990 г. – свыше 180 тыс. человек. Такая поправка при расчете истинной численности иностранных студентов оправданна, так как она учитывает слушателей, аспирантов советских партийных, профсоюзных и комсомольских школ, имевших статус вузов и выдававших дипломы о высшем политическом и ином образовании. В ЮНЕСКО, Государственный комитет по статистике и в Министерство образования сведения по составу иностранных учащихся этих учебных заведений не подавались, что привело к статистическим расхождениям по количеству обучавшихся в СССР иностранных граждан.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Academic Ranking of World Universities – 2009. URL: <http://www.arwu.org/ARWU2009.jsp>
2. Berlin Communiqué. URL: <http://www.bologna-berlin2003.de/pdf/Communique1.pdf> 63
3. Bologna Declaration. Joint Declaration of the European Ministers of Education Convened in Bologna on the 19th of June 1999. URL: <http://ec.europa.eu/education/policies/educ/bologna/bologna.pdf>
4. Open Doors. Report on International Educational Exchange. New York, 2009.
5. Open Doors. Report on International Educational Exchange. New York, 2008.
6. Open Doors. Report on International Educational Exchange. New York, 2005.
7. Times Higher Education-QS World University Rankings 2009. URL: <http://www.timeshighereducation.co.uk/hybrid.asp?typeCode=438>
8. UNESCO Statistical Yearbook. Paris, 1992.
9. World Educational Report. Paris, 1993.
10. Выступление директора Департамента международного сотрудничества в образовании и науке В.В. Ничкова на заседании коллегии «О мерах по развитию и совершенствованию экспорта российских образовательных услуг». Москва, 12 ноября 2008 г. URL: <http://mon.gov.ru/ruk/dir/nichkov/dok/5035>
11. Дмитриев Н.М. Образовательные услуги – высокодоходная отрасль экономики // Вестник РАН. 2003. Т. 73. № 2.
12. Зверев Н.И., Алексанков А.М. Сравнительная оценка состояния международной образовательной деятельности в развитых странах и России // Вестник Центра международного образования МГУ им. М.В. Ломоносова. 2002. № 4.
13. Зверев Н.И., Пелихов Н.В. Экспорт образовательных услуг: состояние, перспективы и стратегии [Тезисы выступления директора Центра международного образования МГУ имени М.В. Ломоносова Н.И. Зверева на совещании-семинаре проректоров по международной деятельности высших учебных заведений Российской Федерации (19 ноября 2009 г., Государственный университет управления). URL: <http://www.russia.edu.ru/information/analit/official/3971/>
14. Конференция европейских высших учебных заведений и образовательных организаций. Саламанка, 29-30 марта 2001 г. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2004. № 1.
15. Ларионова М.В. Интеграционные процессы в образовании. Европейский опыт // Высшее образование сегодня. 2006. № 2.
16. Международная политика в области образования: Меморандум для глав исполнительных департаментов и агентств. URL: <http://sci.informika.ru/text/magaz/newpaper/messedu/cour0089/1900.html>
17. Образование без границ. Study IN. 2002. № 6. URL: <http://www.iie.org/en/Research-and-Publications>
18. Супян В.Б. США: человеческий потенциал в «экономике знаний» // Россия и Америка в XXI веке. 2009. № 3. URL: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=167>

ИНСТИТУТ ЛОББИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ГРУПП ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ*

Анотация. В статье рассматриваются вопросы сущности и содержания системы функционального представительства групп экономических интересов, как эффективного механизма «мягкого» управления групповым взаимодействием, и ее основного элемента – института лоббирования, проводится анализ положительных и отрицательных эффектов лоббизма, основных методов и технологий лоббистской деятельности, а также особенностей развития института лоббирования в промышленно развитых странах и Российской Федерации.

Ключевые слова: группы экономических интересов, институт лоббирования, система функционального представительства групп экономических интересов.

S. Dembitsky

Moscow State Regional University

LOBBYING IN THE SYSTEM OF FUNCTIONAL REPRESENTATION OF ECONOMIC INTEREST GROUPS

Abstract. The paper is concerned with the problems of essence and content of the system of functional representation of economic interest groups as an efficient mechanism of “soft” management of group interaction and its main element – lobbying. The focus of analysis is on positive and negative aspects of lobbying, its basic methods and technologies as well as the peculiarities of the development in industrialized countries and Russian Federation.

Key words: economic interest groups, lobbying, system of functional representation of economic interest groups.

Сегодня ни для кого не секрет, что подавляющая часть социально-экономических решений в любой стране принимаются в интересах определенных групп субъектов в ходе взаимодействия их представителей с органами государственной власти. Причем на характер и формы представительства, помимо типа институционального устройства и степени восприимчивости политической элиты к переменам, не меньшее влияние оказывают такие факторы, как потенциал мобилизации ресурсов представляемых групп экономических интересов, уровень их общественной значимости и социальной ответственности, и др.

Известны два основных механизма общественного управления – государственное управление и общественное самоуправление. Хотя они «взаимодействуют» друг с другом, но в одних обществах более активно работает механизм общественного самоуправления, в других – механизм государственного управления. Особенно явно их взаимодействие проявляется в демократическом обществе, поскольку осуществляется в формах гражданского и политического представительства интересов общества в органах государственной власти. В первом случае мы имеем дело с равноправным представительством всех граждан в выборных органах государственной власти, во втором – с их представительством посредством политических партий, образующих отдельные фракции в выборных органах власти.

* © Дембицкий С.Г.

Если гражданское представительство предполагает идентичность интересов граждан (субъекты выступают от имени всего общества), то политическое представительство – их дифференцированность (субъекты выступают от имени своей партии и представляют интересы лишь части общества). Соответственно, гражданское представительство устойчиво и долговременно, политическое – менее устойчиво и кратковременно (люди чаще меняют свою принадлежность к политической партии, нежели гражданскую принадлежность).

В свою очередь, взаимодействие еще более кратковременных и мобильных социальных структур – групп экономических интересов – с органами государственной власти осуществляется посредством функционального представительства.

Необходимо отметить, что современные теории функционального представительства групп интересов базируются на положениях плюралистической теории групп и теории корпоративизма. Так, плюралистическая теория групп является теоретической базой и отправной точкой для подавляющего большинства исследований в области «организованных интересов» в политике, а также анализа лоббистской деятельности. Ее родоначальники (А. Бентли, Д. Трумэн, М. Олсон и др.) считали, что политический процесс в государстве – это процесс борьбы между различными группами интересов, причем не столько формальными, сколько латентными, функционирующими в тени институтов власти. Согласно их точки зрения, именно демократическая форма правления обеспечивает баланс сил между конфликтующими группами интересов, препятствует монополии одной из групп на принятие решений и действие власти в интересах лишь отдельных социальных слоев.

Однако многие специалисты справедливо указывают на следующие явные недостатки «теории плюралистической демократии»:

- идеализация действительности, преувеличение роли групповой идентификации населения и участия граждан в групповых интересах;
- «игнорирование» преференциального влияния различных групп интересов на власть (бизнес-групп, профсоюзов и т.п.);
- трактовка государства как «нейтрального арбитра»;
- недостаточный учет силы и направленности конфликтогенных интересов (например, потенциал воздействия групп интересов на процесс принятия политических решений зависит от их финансового (материального) состояния, численности, доступа к «точкам влияния», места конкретной группы в системе «организованных интересов», силы конкурирующих групп интересов, юридической регламентации их взаимодействия, и т.п.).

Иными словами, плюралистический тип функционального представительства интересов характеризует практику воздействия «снизу вверх», со стороны самоорганизующихся интересов определенных групп населения на государственные органы. При этом предполагается, что государство суверенно и контролирует распределение ресурсов, статусов, экономических льгот. Хотя группы интересов и стараются воздействовать на государство, направляя его политику в желательное для них русло, но окончательное слово за «нейтральным арбитром» – государством.

Согласно же теории корпоративизма, в «организационном» обществе отношения между группами интересов и властными структурами настолько «корпоративизированы», что становится почти невозможным определение места индивида в системе социальной организации (индивидуальный интерес по определению растворен в корпоративном интересе, который далеко не тождествен совокупному интересу социальной группы). Иначе говоря, формируются «укрупненные сегменты» взаимоотношений между органами власти и группами интересов, основанные, как правило, на неформальном соглашении.

Суть современного корпоративизма можно выразить следующим образом: наиболее влиятельные группы интересов, имеющие реальные возможности воздействия на государственную политику, сравнительно немногочисленны, иерархизированы и функционально упорядочены. Источник такого порядка – государство, которому становится выгодно взаимодействовать лишь с определенными четко выраженными согласованными групповыми интересами, чем с множеством «мелких». Власть «заключает» с какой-либо группой экономических интересов неофициальное соглашение, в силу которого последняя приобретает монополию на представительство интересов отдельных групп общества.

В результате – органы власти получают гарантии социально-экономической «лояльности» определенной группы населения. В обмен на это группа экономических интересов «наделяется» полномочиями по регулированию соответствующей сферы деятельности. Классическим примером подобных отношений могут быть скандинавские страны (например, по установившейся традиции в комитетах шведского риксдага законопроекты пишут те, кому они адресуются, парламент же через акт промультации просто придает силу закона решениям корпораций).

Хотя имеющиеся в распоряжении той или иной группы экономических интересов ресурсы (будь то собственность, финансы, трудовые или интеллектуальные ресурсы) не гарантируют возможности активного влияния на политические процессы. Необходимо, например, учитывать и такие факторы, как имидж группы экономических интересов в общественном сознании и готовность оказать ей пусть пассивную, но массовую поддержку. И тем не менее корпоративные, консолидированные группы экономических интересов имеют неоспоримое преимущество в продвижении своих требований в том случае, если они обладают значимым экономическим потенциалом, «вхожи во власть» и могут пользоваться разнообразными связями в тех кругах, где принимаются решения. При этом важным ресурсом является наличие корпоративной идеологии и стратегии продвижения собственных требований, в т.ч. посредством создания коалиций, обеспечивающих приумножение «потенциала давления».

Для того чтобы оптимизировать возможности продвижения своих требований, группы экономических интересов могут интегрироваться в политические сети, обеспечивающие инфраструктуру взаимодействия политических сообществ, объединенных общей заинтересованностью в конкретных политических решениях. Для ресурсного обеспечения таких сообществ их члены выстраивают сети влияния, в рамках которых взаимодействие между организациями и их представителями происходит на исключительной жесткой иерархии неформальной и многоуровневой основе. Диверсифицированные сетевые структуры позволяют осуществлять целенаправленное лоббистское воздействие под прикрытием других видов и форм представительской деятельности.

Таким образом, система функционального представительства групп экономических интересов является ключевым механизмом «мягкого» регулирования группового взаимодействия, выступая своеобразной «ареной» согласования конфликтных интересов различных групп влияния. В отличие от политического, функциональное представительство групп экономических интересов обладает сравнительно большей мобильностью, дифференцированностью и конкретностью представляемых интересов, нацеленностью на практическое их удовлетворение, ориентированностью на решение повседневных задач. Если в политическом представительстве акцент делается на решение стратегических задач, то в функциональном – на решение тактических задач.

Как известно, центральным элементом в системе функционального представительства групп экономических интересов выступает *институт лоббирования*.

Термин «лоббизм» происходит от английского слова lobby («коридор», «кулуары»).

В XVII в. «лобби» называли вестибюль и два коридора в здании палаты общин британского парламента, куда депутаты уходили голосовать и где они имели возможность встречаться с «заинтересованными лицами», которые не допускались на пленарные заседания этой палаты. С середины XIX в. термин «лоббирование» стал обозначать покупку голосов за деньги на выборах.

Сегодня же понятие «лоббизм» используется в широком и узком смысле этого слова. В широком смысле оно означает реализацию права каждого гражданина обращаться с ходатайством к своему правительству, а также выражение и продвижение интересов групп населения во всех ветвях власти, формирующих и реализующих государственную политику. В более узком смысле под *лоббизмом* («механизмом лоббирования») обычно понимается совокупность методов и технологий воздействия различных групп интересов на органы власти с целью добиться благоприятных для себя государственных решений (см. табл. 1).

Таблица 1

Основные методы и технологии лоббистской деятельности

Методы	Технологии
Прямые:	
▪ персональные: визит, письмо, телефонный звонок	▪ «подгонка» требований под воспринимающую сторону
▪ неформальные контакты	▪ создание коалиций
▪ открытые слушания в представительных органах, участие в партийных мероприятиях и т.п.	▪ выработка повестки дня ▪ процедурные действия ▪ манипулирование эксклюзивной информацией
▪ покровительство	
Непрямые:	
▪ через друзей внутри системы	▪ развернутая аргументация
▪ через помощников (консультантов, экспертов) тех, кто принимает решения	▪ вознаграждение, похвала ▪ угрозы, принуждение
▪ через чиновников среднего уровня	▪ массовая мобилизация

<ul style="list-style-type: none"> ▪ посредством научных публикаций и привлечения ученых 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ различные семинары, конференции с участием общественности, учёных, госслужащих ▪ организация встреч представителей государственных органов с зарубежными экспертами ▪ создание специальных структур по «поддержанию связей» ▪ финансовые «пожертвования» ▪ курсы повышения квалификации для госслужащих, «инициативное включение» их в состав зарубежных делегаций, отправляющихся за рубеж
<ul style="list-style-type: none"> ▪ через институты социализации (учебные заведения, благотворительные фонды и т.п.) 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ через каналы «близких» групп интересов 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ через «своих людей» в политических партиях 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ посредством кампаний массового протеста, избирательных кампаний 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ посредством СМИ, рекламы, электронных средств коммуникаций 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ посредством судебных процедур 	

Что касается понятия «лоббирование» («лоббистская деятельность»), то его сущность наиболее полно, по мнению автора статьи, отражает определение, которое было дано в проекте Федерального закона РФ «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти» (1997): это «взаимодействие юридических и физических лиц с федеральными органами государственной власти с целью оказания влияния на разработку и принятие указанными органами законодательных актов, административных, политических и иных решений в своих интересах или интересах конкретных клиентов».

Институт лоббирования выполняет следующие функции:

- выступает в качестве инструмента самоорганизации граждан;
- способствует достижению политического консенсуса;
- помогает оценить возможные последствия принимаемых решений;
- способствует преодолению волокиты, бюрократизма, коррупции;
- предоставляет возможность законодательной и исполнительной власти расширить информационную и организационную базу решений.

Однако, оценивая лоббизм как важнейший демократический институт, следует учитывать и такие его (возможные) отрицательные последствия, как:

- граница между законным лоббизмом и коррупцией довольно «прозрачна»;
- лоббисты могут блокировать принятие необходимых решений, когда интересы представляемых ими «клиентов» ставятся выше общественных;
- в кризисных ситуациях переходного периода мощные лоббистские структуры могут навязывать правительству свои узкогрупповые интересы;
- в погоне за прибылью лоббистские структуры могут оказать иностранному государству услуги в ущерб национальным интересам.

Иными словами, в условиях эффективной демократической и правовой системы, экономической стабильности и духовного равновесия в обществе лоббизм может быть действенным инструментом цивилизованных взаимоотношений бизнеса и власти, общества и государства. При отсутствии соответствующих условий он, как правило, перерастает в коррупцию.

Мировой опыт показывает, что избежать открытого или теневого лоббизма, особенно в сфере экономики, нигде, никому и никогда еще не удавалось. Поэтому в ряде развитых стран после Второй мировой войны институт лоббирования был легализован и «узаконен» (США, Канада, Германия, Великобритания, Голландия, Скандинавские стра-

ны). Вместе с тем в некоторых государствах (Франция, Италия, Индия и др.) лоббизм все еще приравнен к коррупции, а в ряде стран (Австралии, Бразилии, России и др.) он существует де-факто, но законодательно еще не легализован. При этом задержка в легализации лоббизма обусловлена или социально-политическими причинами (например, нежеланием верхов «делиться» властью), или культурными традициями.

Лоббизм в США. В США лоббизм достиг уровня относительно самостоятельного социально-политического института, представляющего собой мощный механизм влияния на государственные решения (в 1995 г. был принят новый закон о регулировании лоббистской деятельности). Только на общенациональном уровне в качестве постоянных и латентных лоббистских структур действуют около 6 тыс. предпринимательских союзов и профессиональных ассоциаций, сотни общественных и разного рода специализированных организаций). В том или ином виде все они имеют в своем составе особые, занимающиеся только лоббистской деятельностью подразделения, называемые отделами (отделениями) «по вопросам законодательства» или «по отношениям с правительством». Возглавляют их высококвалифицированные специалисты (бывшие конгрессмены, крупные чиновники, юристы, журналисты). Кроме указанных отделов, существует и такая мощная группа лоббистских структур, как юридические фирмы, агентства по связям с общественностью, консультационные фирмы, т.е. внешние лоббистские организации.

У лоббистских структур и занятых в них лоббистов в США есть своя профессиональная ассоциация – Американская лига лоббистов. Работа ведется в функциональных комитетах: 1) профессиональной подготовки, 2) планирования программ лоббистской деятельности, 3) по связям с общественностью, 4) профессиональной этики, 5) организаций связи с руководством конгресса и правительства. Главная задача лиги – утвердить профессию лоббиста и поднять ее престиж (помимо ежемесячного бюллетеня Американской лиги лоббистов, выпускается более тысячи подобных изданий).

Самое сильное лоббистское воздействие на законодательную власть в США оказывает исполнительная власть (управление Президента, министерства, Пентагон, ФБР, полиция и др.). Так же поступают по отношению к Конгрессу и к своим законодательным собраниям губернаторы штатов, мэры городов и другие провинциальные чиновники и ведомства. Правительство (администрация) имеет свой лоббистский аппарат и механизм. Аппарат состоит из хорошо подготовленных чиновников по отношению с Конгрессом (штатные лоббисты), которые делают всю повседневную работу. Главная пробивная сила правительственного лоббизма – это члены кабинета министров, в США – главные лица администрации во главе с президентом.

В системе правительственного лоббизма две составляющие: неформальная и формальная. В неформальную структуру входят официальные чиновники, которые включаются в процесс лоббирования Конгресса по необходимости, а также «встроенные лоббисты», то есть члены Конгресса, которые отстаивают правительственные проекты в силу партийной принадлежности или личной убежденности. Формальная структура включает служащих, которые по должности в аппарате исполнительной власти обязаны заниматься лоббизмом. Ее высшее звено – аппарат Президента по связям с Конгрессом, затем специальные люди на всех ступенях административной лестницы – всевозможные советники, помощники и другие лица. При президентской администрации есть специальная лоббистская группа для работы с Конгрессом – Бюджетное бюро (10 и более человек). Такие же группы состоят при министерствах, ведомствах, правительствах (администрациях) штатов. Важной составной частью лоббизма в США является и лоббистская деятельность иностранных групп интересов («иностранный лобби»). Все иностранные лоббисты, представляющие коммерческие интересы, регистрируются наравне с их американскими коллегами.

Лоббизм в Германии. Сам термин «лоббизм» в Германии не используется, т.к. с ним немецкая общественность связывает скандальные дела на почве протекции, незаконного давления на органы власти и т.д. Вместо него используются понятия «влияние групп интересов» или «деятельность объединения интересов». В Германии создана достаточно отлаженная система союзов, больших и малых организаций, представляющих перед лицом государства многочисленные группы интересов. Наиболее влиятельными из них являются Федеральный союз германской промышленности, Объединение германских профсоюзов, торговые палаты, аграрные объединения, объединения учителей, врачей, благотворительные фонды, женские организации.

По внешним признакам лоббизм в Германии напоминает американский, но отличается по формам и методам, а главное – по правовой основе. В Германии единого закона о лоббизме нет. Здесь работает ряд правовых документов, создающих рамочные условия для лоббистской деятельности: «Регламент деятельности германского Бундестага», «Регламент деятельности федерального правительства», «Единое положение о федеральных министерствах», «Кодекс поведения члена Бундестага». Если в США всегда была значительной доля прямого лоббирования, то в Германии преобладает непрямой, косвенный лоббизм, прежде всего через систему консультаций (консультационные советы, комитеты, комиссии, экспертная служба).

Важным каналом влияния групп экономических интересов на законодательную власть является их работа в специализированных «трипартийных» структурах (например, «Комитет независимых при СДПГ», Экономические советы при ХДС и ХСС и т.п.), призванных помогать руководству партии опираться на авторитетную общественность. Как и президент США, федеральный канцлер – главная «цель» лоббистских структур. Официальный прием у него означает высшее признание легитимности и авторитета группы экономических интересов и значительно усиливает возможность реализации интересов. Канцлеры ФРГ время от времени встречаются с ведущими представителями промышленности, сельского хозяйства и других групп экономических интересов. Этим встречам предшествует серьезное соревнование за включение в список приглашенных (высоко ценится и прием у министра).

Лоббизм в Скандинавских странах. Понятие «группа интересов» в Скандинавских странах идентично понятию «корпорация». Законы Скандинавских стран признают корпорацию как субъект права только в случае, если есть интерес и он соответствующим образом организован. Никаких отдельных документов, регулирующих отношения государства с корпорациями, нет. Однако существуют Генеральные соглашения профсоюзов с объединениями работодателей, то есть с теми же корпорациями, и государство здесь занимает положение третьей стороны.

Отношение к корпорациям как группам интересов в Скандинавских странах настолько доверительное, что стало возможным наделение их полномочиями по регулированию определенных сфер общественной жизни (транспорт, пенсии, жилье, городское хозяйство и многое другое). В продвижении специфических интересов корпорации все зависит от ее силы и влияния (власти всегда готовы к гибкому законному сотрудничеству). Механизм «продвижения интереса» следующий: корпорации ставят интересующие их проблемы; правительство и соответствующие власти изучают их через целую систему советов и консультаций, которые, как правило, созданы самими властями. При необходимости власти заказывают корпорациям соответствующие исследования, которые они проводят на высоком профессиональном уровне. Затем вся проблема слушается и согласовывается (при разногласиях правительство, как правило, принимает точку зрения корпорации), а результаты исследований публикуются (население им доверяет больше, чем мнению и заключениям государственных властей). В результате соглашения корпорации

и государства оформляется договор, который накладывает на обе стороны правовую ответственность.

Лоббизм во Франции. Во Франции лоббизм как явление социальной, политической и экономической жизни не признается законным. Хотя термины «группа интереса» или «группа давления» присутствуют в лексиконе французов как таковые, понятия «лоббизм» и «лоббирование» практически не используются, что связано с запретом на употребление иностранных терминов и с тем, что юридически лоббизм не признан. Однако практика лоббирования интересов во Франции распространена столь же широко, как и во многих других развитых западных странах.

Специфика лоббизма во Франции обусловлена значительной ролью государства в регулировании экономики и достаточно высокой степенью централизации в принятии социально-экономических решений, чем в других странах рыночной экономики. Так, во Франции существуют запреты на совмещение парламентского мандата с государственной или частной деятельностью (контроль возложен на Конституционный Совет).

На практике же депутаты используют всевозможные «лазейки» для допуска к себе лоббистов и сами выступают в качестве таковых. В частности, используются «исследовательские группы» при внепарламентских организациях, которые есть не что иное, как часть лоббистских структур (например, Комитет по себестоимости производства вооружений, Национальная комиссия по информатике и свободам, Постоянный совет по делам военной службы, Национальный Совет статистики, Национальный комитет вина и др.). Работа в этих организациях происходит только по разрешению парламента и контролируется (соискателю подобного разрешения необходимо обосновать свое желание там работать).

Постоянное давление лоббистов на исполнительные органы власти обусловило принятие во Франции в 1990-х гг. ряда законов, регулирующих порядок распределения государственных и муниципальных субсидий и получения подрядов на строительство, выделение земельных участков, размещение заказов на рекламу, отчисления в госбюджет при сделках с иностранными фирмами, т.е. как раз по тем вопросам, по которым чаще всего идет лоббирование интересов бизнеса.

Согласно ст.69 Конституции Франции, в стране действует Экономический и Социальный Совет, главная цель которого заключается в том, чтобы способствовать сотрудничеству различных профессиональных категорий, а также их участию в проведении правительством внутренней политики. Назначаемые на 5 лет члены Совета представляют интересы всех слоев французского общества, всех основных профессий. Они высказывают свое мнение о законопроектах и законодательных предложениях, а также проектах декретов, передаваемых ему правительством. Важная функция Экономического и Социального Совета состоит также в том, что он дает как по своей инициативе, так и по просьбе правительства экспертные заключения по любым проблемам социально-экономического характера. Неформально выполняя лоббистские функции от имени всех групп интересов и от гражданского общества в целом, Экономический Совет и Социальный Совет помогает правительству и парламенту в определении социально-экономического курса и берет на себя ответственность законодательного их решения.

Иными словами, во Франции (как и в Австрии, Голландии, Италии, Индии и др.) сформировался «мягкий» вариант внеправового «встраивания» лоббистских структур в общегосударственную систему управления.

В современной России характер социально-экономических конфликтов между обществом, бизнесом и государственной властью напрямую опосредует необходимость дальнейшего развития такой цивилизованной формы функционального представительства групп интересов, как институт лоббирования.

Следует признать, что неурегулированность отношений между основными группами экономических интересов стимулирует постоянное внимание отечественных специалистов к проблемам согласования их позиций, механизмам регулирования лоббистской деятельности и всему процессу институционализации социального управления. В частности, исследователи отмечают такие особенности формирования российской системы представительства корпоративных интересов, как:

- «секторизация» корпоративных интересов. В отличие от ведомственной практики в развитых странах, в России экономическая политика формируется ведомствами автономно, без длительных переговоров с близкими ведомствами и «своими» группами интересов (партиями, парламентом и т.п.);

- зачастую процессы согласования интересов чиновников и бизнеса окутаны покровом секретности. Последнее свидетельствует об отсутствии постоянных «правил игры»;

- патронажно-комплиментарные взаимоотношения между чиновниками и бизнес-элитой (в основе – торг за те или иные преференции);

- отсутствие эффективного законодательства о представительстве корпоративных интересов.

Крупные отечественные корпорации, безусловно, оказывают существенное воздействие на социально-экономические отношения в современной России. При этом специалисты выделяют следующие особенности отечественного корпоративного лоббизма:

- готовность сотрудничать с ведущими политическими силами при условии, что последние будут исходить из принципа сохранения существующих «правил игры» в экономической сфере;

- противодействие тенденции к государственному протекционизму;

- участие в формировании российской внешнеэкономической политики с учетом интересов негосударственного сектора экономики.

Необходимо подчеркнуть, что в России, с приходом к власти В. Путина, а затем и Д. Медведева, во взаимоотношениях государства и крупных корпораций наступил новый этап – корпоративное лобби уже не находится в тех особых взаимоотношениях с государственной властью и существенно не влияет на принятие законов и решений, как это было при Б. Ельцине. Последнее обусловило усиление двух форм лоббистской деятельности отечественного бизнес-сообщества:

- ♦ лоббирование через механизм публичной политики (когда требуется изменение сложившейся или складывающейся ситуации с принятием того или иного законодательного акта или административного решения, а неформальные контакты недостаточны или нуждаются в подкреплении);

- ♦ активное использование механизма неформальных связей (например, выдвижение на государственные должности представителей крупных компаний и т.п.). По сути, неформальные связи приводят к «сращиванию» интересов бизнес-элиты и интересов высших государственных чиновников, что ведет к созданию крупных клановых корпораций с клиентельной системой взаимоотношений.

Организационное оформление корпоративных структур, заинтересованных в повышении своего «ресурса влияния» при принятии государственных решений и «ресурса деятельности» в сфере избранной деловой активности, явилось причиной создания групп влиятельных общенациональных и отраслевых объединений ассоциативного типа: Торгово-промышленная палата, Российский топливный союз, Ассоциация нефтепереработчиков и нефтехимиков, Энергетический клуб России, Ассоциация операторов сетей GSM, Союз независимых производителей газа, Ассоциация производителей табачной продукции, Ассоциация российских банков, Всероссийский союз страховщиков, Национальная ассоциация участников фондового рынка, Российская ассоциация организаций и пред-

приятый целлюлозно-бумажной промышленности, Российская ассоциация развития игорного бизнеса, Российский союз автостраховщиков, Российский союз промышленников и предпринимателей, Российское газовое общество, Союз лесопромышленников и лесозэкспортеров России, Союз производителей алкогольной продукции, Союз производителей нефтегазового оборудования, Союз экспортеров металлопродукции России и др.

По своей сути все они являются лоббистскими структурами и представляют интересы входящих в них компаний. Их основные усилия сосредоточены на вопросах стратегического характера, на стремлении институционализировать себя в системе принятия государственных решений. Представляя интересы бизнеса, они не стремятся к политической ответственности, но заинтересованы в формулировании данных интересов на общенациональном уровне, чтобы оказать влияние на процесс принятия решений. Причем уровень влияния данных ассоциаций определяется тем, насколько успешно они могут решить основные задачи, стоящие перед группами экономических интересов: контакты с чиновниками, оказание информационных и консультационных услуг, разработка стратегии и тактики артикуляции интересов. Как правило, подобные ассоциации имеют доступ в центральные эшелоны власти через контакты с высшими государственными лицами. Многие из ассоциаций приглашают на работу бывших высокопоставленных чиновников.

Следует отметить, что к объединению в ассоциации стремятся, в основном, средние и мелкие компании, тогда как крупные вертикально интегрированные компании зачастую предпочитают действовать в одиночку, приходя к соглашению о совместных действиях лишь в крайних случаях. Если первые видят практический смысл деятельности общественных объединений в защите от коррумпированных чиновников, в борьбе с бюрократизмом, в получении достоверной информации о рыночной конъюнктуре и политических прогнозах, в поиске партнеров для совместной работы, в защите от недобросовестной конкуренции и т.п., то крупные бизнес-структуры ориентируются на более статусные задачи – решение общепромышленного кредитования и субсидирования, формирование общеэкономической стратегии государства. При этом особенно «ценится» способность влиять на президентскую администрацию и правительство – главных «держателей» материальных и финансовых ресурсов страны.

Развитие клиентельных процессов лоббистской деятельности предполагает изменение институциональных форм взаимодействия государства и бизнеса. Если на начальном этапе становления отечественных корпораций определяющую роль играли различные союзы и ассоциации, то к настоящему времени у многих из них «потенциал влияния» существенно снизился. Основными причинами последнего являются следующие:

- интересы крупных бизнес-структур пришли в противоречие друг с другом, а рамки ассоциации или союза не дают возможности его снять или смягчить;
- крупные компании получили возможность непосредственно лоббировать свои интересы во властных структурах, произошло сращивание предпринимательских структур и высшего чиновничества.

Потребность в эффективной реализации лоббистских задач обусловила необходимость создания в крупных вертикально интегрированных компаниях системы служб, занимающихся лоббистской деятельностью: консультационные структуры (подразделения) по связям с общественностью; аналитические службы, реализующие задачи научной апробации законопроектов, диагностику возможностей лоббирования и т.п.

Вместе с тем приходится признать, что в России институционализированное участие бизнеса в политической жизни общества развито недостаточно. Основными причинами этого являются: отсутствие исторических традиций представления групп экономических интересов в политике, негативное отношение значительной части общества к лоббизму, а также отсутствие законодательства о лоббистской деятельности.

В нашей стране вопрос о правовом регулировании лоббистской деятельности впервые возник еще во время работы Верховного Совета СССР (1990 г.), но из-за негативного настроения депутатов к лоббизму так и не был вынесен на рассмотрение законодательного органа. Некоторые депутаты пытались развеять опасения, что регулирование лоббизма сродни легализации организованной преступности, но эти попытки не увенчались успехом.

В 1994-1995 гг. был проведен ряд «круглых столов», семинаров и конференций, посвященных лоббизму. Так, в феврале 1995 г. прошла конференция, организованная Фондом развития парламентаризма в России. В ней приняло участие руководство Совета Федерации и Госдумы, представители партийных фракций, Администрации Президента РФ, Правительства РФ, бизнеса, профсоюзов. Все участники высказались в пользу принятия закона, регулирующего лоббистскую деятельность. Осенью 1995 г. соответствующий законопроект был вынесен на рассмотрение Государственной думы. Однако он не набрал достаточного большинства голосов и не был принят даже в первом чтении.

Тем не менее эксперты продолжили работу. В декабре 1996 г. были проведены парламентские слушания по проекту Федерального закона «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти», на которых выступили представители органов власти и некоммерческих организаций. Рабочая группа ознакомилась с моделями правового регулирования лоббизма в развитых странах. При этом был сделан вывод о том, что наиболее приемлемой для России является американская модель институционализации лоббизма, согласно которой лоббист не вправе быть депутатом представительного органа власти или государственным служащим.

Одной из проблем разработки законопроекта стало определение предмета лоббистской деятельности и сферы применения закона. В мировой практике чаще всего объектом регулирования становится лоббизм в органах законодательной власти. Однако такая практика сложилась постепенно, в условиях эволюционного развития политических систем и при наличии разделения властей. Россия же находится на революционном этапе изменения социально-экономического строя и становления новой государственности. Конституция РФ оставила для законодательной власти ограниченные права и, напротив, значительно расширила полномочия главы государства и исполнительной власти. Возникли споры и по вопросам регистрации, отчетности лоббистов.

После серьезных доработок в 1997 г. законопроект был снова включен в план работы Госдумы и направлен в Комитет по делам общественных объединений и религиозных организаций. В марте 1998 г. комитет-разработчик предложил Совету Госдумы включить проект в повестку дня пленарного заседания. Однако очередь до него так и не дошла. В последующем попытки вынести законопроект на обсуждение в Госдуме предпринимались все реже, а после 2000 г. руководство страны дало понять законодателям, что считает нецелесообразным какое-либо обсуждение закона о лоббизме.

Между тем автор статьи считает, что для России принятие закона о лоббистской деятельности крайне необходимо, поскольку позволит хоть как-то упорядочить тот «стихийный, нецивилизованный» лоббизм, который имеет место сегодня в органах государственной власти. Закон предоставит различным хозяйствующим субъектам возможность получить формально равный доступ к т.н. «лицам, принимающим решения». Принятие закона, несомненно, станет существенным шагом в сторону институционализации процесса функционального представительства групп экономических интересов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Горбачев А.В. Институционализация корпоративных интересов в трансформирующейся экономике: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. Ярославль, 2003.

2. Згонник Л.В. Институциональный механизм согласования экономических интересов в условиях рыночно-трансформационной экономики: Дис. ...канд. экон. наук: 08.00.01. Ростов н/Д, 2003.
3. Зотов С.В. Лоббизм как институт политического представительства интересов в современной России: Дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02. М., 1997.
4. Зяблук Н.Г. Практика лоббистской деятельности в США. М.: Институт США и Канады РАН, 1994.
5. Каллиома Л. Лоббизм в России больше, чем «откат» //Российская Бизнес-газета. 12 января 2010 г.
6. Кушнир И.Ю. Взаимодействия социально-экономических интересов при формировании промышленной политики: Дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2003.
7. Махомирова Е.Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью //Вестник Моск. ун-та. Серия «Социология и политология». 2002. №3.
8. Оболенцева С.Д. Группы интересов в политике: На примере нефтяного лоббизма в Государственной думе Российской Федерации: Дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2002.
9. Перегудов С.П. Политическое представительство: опыт Запада и проблемы России //Политические исследования. 1993. №4.
10. Руднева Н.И. Представительство групповых интересов в управлении общественными процессами: Дис. ...докт. социол. наук: 22.00.08. Белгород, 2002.
11. Сахаров Н. Лоббизм как фактор политической жизни //Бизнес и политика. 1994. №1.
12. Семененко И.С. Группы интересов в политическом и социокультурном пространстве: Концепции и практика на Западе и в России: Дис. ...докт. полит. наук: 23.00.02. М., 2001.
13. Соколова О.А. Структура экономических интересов в процессе интеграции России в мировую экономику: Дис. ...канд. экон. наук: 08.00.01. Кострома, 2004.
14. Сулакшин С.С., Романихин А.В. О создании системы цивилизованного лоббизма в России //ЭКО 2002. №10.
15. Торхов Д.О. Деятельность групп интересов и лоббизм в парламенте: На опыте Государственной думы ФС РФ и немецкого Бундестага: Дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2001.
16. Федеральный закон «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти» (проект) //Государство и право. 1998. №1.
17. История лоббизма //gtmarket.ru.
18. Как плохие отношения с государством могут расстроить бизнес: пример «Мечела» //www.lobbying.ru.
19. Лоббизм в России. А как у них?//www.lobbying.com.ua.
20. Лоббизм: как это делается в России //www.ladno.ru.
21. Роман Абрамович признал: чтобы развивать бизнес, ему приходилось платить политикам //www.lobbying.ru.
22. Россия: нефтяные компании пролоббировали миллиардное снижение налогов //www.lobbying.ru. Три «В» русского лоббизма, или коридорные игры переходного периода //www.magram.ru.

ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ*

Аннотация. Рассмотрена роль государства в реализации научно-технической и инновационной политики, так как она имеет огромное значение в формировании и стимулировании спроса на инновации. Основными результатами реализации новой инновационной политики должны явиться: достижение высокого уровня социальной ее направленности, качественно новый уровень жизни населения; качественно новый уровень ресурсосбережения, рост производительности труда, фондоотдачи, снижение материалоемкости, энергоемкости, капиталоемкости продукции, достижение ее высокой конкурентоспособности; преодоление технического отставания страны. Переход экономики России к инновационному типу развития потребует системных преобразований, направленных на модернизацию социальных секторов экономики, улучшение качества социальной среды и условий жизни людей.

Ключевые слова: производительность труда, инновационная экономика, рыночная экономика научно-технический прогресс, экономический рост, инвестиции, инновационная политика.

G. Semenova

Moscow State Regional University

TOOLS TO IMPLEMENT SCIENTIFIC, TECHNICAL AND INNOVATION POLICY

Abstract. The article estimates the role of the government in realization of scientific, technical and innovative policy presenting it as rather significant in forming and stimulating the demand for innovations.

The main results of realization of a new innovative policy should be: high level achievement of its social orientation; brand new social standard of living; brand new cost-effective use of resources; increase in labor and capital productivity; reduction in consumption of materials, energy and ratio of capital to output; high output competitiveness; overcoming of the country's lag in technology. The transition of Russian economy to the innovative development type requires systemic changes aimed at modernization of social sectors of economy, improvement of social environment quality as well as people's living conditions.

Key words: labor productivity, innovative economy, market-driven economy, scientific and technical progress, economic growth, investments, innovative policy.

Ключевую роль в наращивании и поддержании системы факторов развития играют фундаментальные исследования, прикладные разработки, механизмы вовлечения в хозяйственный оборот результатов НИОКР. В совокупности все три указанные составляющие образуют ядро инновационного потенциала (ИП) современного общества. При этом лишь несколько стран в мире имеют комплексные ИП, то есть такие, которые включают в себя все необходимые компоненты по производству новых знаний и их практическому использованию путем коммерциализации.

Государства, обладающие большим ИП, получают универсальный ресурс для экономической, промышленной, политической и любой другой экспансии на мировой арене,

* © Семенова Г.Н.

усиления своих геостратегических позиций.

России в наследство от СССР достался такой ИП, который сформировался в рамках совершенно другой социально-экономической реальности и который предназначался для решения конкретных (в том числе крупных) проблем в конкретных исторических условиях. Хотя функционально многие элементы существующего российского ИП схожи с соответствующими элементами ИП развитых стран, из-за отсутствия или неразвитости ряда ключевых звеньев, необходимых в условиях рыночной экономики и обеспечивающих продвижение инноваций по инновационной цепи от идеи до рыночного продукта, российский ИП, несмотря на все попытки его модернизации, остается до сих пор инертным и малопродуктивным. И дело не в том, что предлагаемые реформы в чем-то ошибочны или непоследовательны. Просто попытки абстрактного реформирования для непонятных будущих целей и проектов лишают реформы основного ориентирующего и мотивирующего элемента. Необходимо учитывать, что научно-технический потенциал СССР формировался в процессе реализации сначала программ, сопутствовавших индустриализации страны, а в послевоенное время – под влиянием программ развития новейших систем вооружений и прежде всего осуществления атомного и космического проектов. Следовательно, решение проблемы перехода к инновационному пути развития невозможно в отрыве от реализации конкретных проектов по созданию новейших наукоемких производств и услуг. От этого зависят конкурентные позиции страны в долгосрочной перспективе, причем не только на отдельных рынках, но и в более широком плане – в различных сферах жизнедеятельности и в целом – как единого и сильного государства в мире будущего.

Государство играет огромную роль в формировании и стимулировании спроса на инновации. Во-первых, такая политика реализуется инициированием со стороны государства крупных научно-технических и инновационных проектов, осуществление которых предполагает широкое привлечение бизнес-структур. При этом одним из условий вхождения в число исполнителей таких мегапроектов является обязательное наличие инновационных предложений со стороны бизнеса.

Во-вторых, государство стимулирует использование новейших научно-технических решений, формируя запреты и ограничения на использование устаревших технологий, применение которых может иметь негативные социальные, экологические, медико-биологические и пр. последствия. Осуществлять подобные ограничения можно через систему государственных стандартов или же путем законодательного ужесточения требований (например гигиенических, медицинских и т. д.) к использованию отдельных технологий.

Наконец, в-третьих, государство может создавать для бизнеса преференции как в отдельные периоды развития страны, отражающие необходимость скорейшего решения ключевых задач, встающих на очередном этапе, так и в отдельных сферах деятельности, играющих определяющую роль в решении социально-экономических проблем предстоящего развития.

Таким образом, государственная научно-техническая и инновационная политика характеризуются отсутствием обоснованной целевой направленности, непоследовательностью в выборе очередности этапов создания инновационного потенциала, некомплексностью мер по переводу общественного производства на инновационный путь развития. Все это свидетельствует о том, что в стране отсутствует развитая современная система подготовки и реализации стратегических решений.

Два основных элемента такой политики – система стратегического планирования и система управления реализацией, контроля и мониторинга методов, направлений и условий достижения стратегических целей. Система должна быть гибкой, мобильной и оперативной, то есть обеспечивать быструю перенастройку в случае возникновения новых вызовов или угроз, быстро реагировать на изменения ситуаций, целей и возможностей их

достижения, обеспечивать быструю коррекцию принятых решений или же отмену старых и принятие и реализацию новых, более адекватных требованиям вновь возникающих обстоятельств. Существующая сегодня глубоко дифференцированная ведомственная система управления даже текущие и краткосрочные задачи развития страны решает «со скрипом». Для решения же стратегических проблем она вообще плохо приспособлена. Разве не является в этом плане показательным случай, когда Министерство финансов Российской Федерации представило на утверждение Федерального собрания проект государственного бюджета на 2009-2011 гг., в котором в разгар экономического кризиса реалии последнего совершенно не учитывались [3, 322]. Система управления инновационным потенциалом должна быть тесно связана с системой стратегических решений. Более того, если страна действительно стремится к переходу от ресурсно-сырьевой к инновационной модели экономики, то все решения в стране, начиная со стратегических, должны анализироваться и приниматься не в последнюю очередь по инновационным критериям.

Преодолеть недостатки государственной научно-технической и инновационной политики и прежде всего ее ригидность, неповоротливость, косность, постоянное запаздывание в быстро меняющихся условиях можно, только отказавшись от стремления решать все проблемы в этой области исключительно за счет усилий государства. Правительство страны не в силах в одиночку преодолевать имеющиеся в этой сфере проблемы уже по той причине, что оно не может выйти за естественные ограничения, накладываемые на него положением в системе управления, в силу чего оно не может быть единственным источником стимулов к инновационной активности, поскольку не обладает необходимой полнотой информации о ситуациях на всех уровнях и во всех подсистемах общества.

Следовательно, гармоничное развитие общества на инновационной основе предполагает адекватную инновационную активность не только федерального центра, но и других субъектов социально-экономической деятельности. В этом смысле инновационная деятельность должна быть многополюсной и многовекторной. Как бы актуальна ни была сегодня задача формирования целостной и широкомасштабной инновационной политики, которая бы координировала и ориентировала все нововведенческие мероприятия в обществе, способствуя, наряду с решением краткосрочных и среднесрочных целей, реализации долгосрочной цели – переходу к инновационному типу развития, такая работа сегодня только замышляется.

Однако ясно, что откладывать ее на будущее невозможно без одновременной утраты потенциала развития, базирующегося на самых современных факторах общественной динамики, а тем самым – и утраты страной перспективы развития в рамках поступательного движения современной цивилизации.

Необходимо, не откладывая, начинать формирование современных институтов инновационной деятельности, способных стать каналами постоянного обновления общества на инновационной основе. Уже сегодня к тем элементам системы управления подготовкой и осуществлением долгосрочных мероприятий, которые подтвердили свою эффективность, необходимо добавить новые, которые должны гармонизировать такую систему в условиях свободного действия рыночных механизмов.

В состав основных элементов регулирования инновационной деятельности должны входить:

- комплексный социально-экономический и научно-технический прогноз развития страны на долгосрочную перспективу;
- долгосрочные прогнозы и перспективные научно-технические мероприятия общенационального масштаба;
- перечень стратегических (приоритетных) направлений и государственных программ, связанных с нововведениями в важнейших сферах;

- система органов регулирования инновационной деятельности, начиная от национального уровня (национальные фонды, государственные программы и т.д.) и включая органы, обеспечивающие контроль и реализацию соответствующих решений на всех уровнях управленческой иерархии;

- сеть государственных научных учреждений и их распределение по сферам науки, конкретным крупным задачам и стадиям инновационного цикла;

- система поддержки и стимулирования инновационной деятельности в негосударственном секторе экономики, развитие частно-государственного партнерства.

В условиях современного этапа развития страны, сопровождающегося дефицитом качественных научно-технических ресурсов, особое значение приобретает создание эффективного механизма их концентрации на приоритетных направлениях, упорядочение источников и объемов финансирования проектов, включая привлечение зарубежных фондов, а также участие в международных проектах по наиболее капиталоемким направлениям развития науки и техники (космические исследования, энергетика и другие).

Результатами реализации новой инновационной политики должны явиться:

- достижение высокого уровня социальной направленности инновационной политики за счет широкого распространения новых технологических систем, отвечающих самым высоким нормативным требованиям;

- качественно новый уровень жизни населения в результате роста продуктивности и эффективности общественного производства, совершенствования бытовой предметной среды обитания городского и сельского населения;

- качественно новый уровень ресурсосбережения, рост производительности труда, фондоотдачи, снижение материалоемкости, энергоемкости, капиталоемкости продукции, достижение ее высокой конкурентоспособности и, как следствие, коренное преобразование структуры народного хозяйства и внешней торговли в сторону разгрузки сырьевого сектора экономики и увеличения вклада обрабатывающих отраслей;

- преодоление технического отставания страны;

- реализация развитой системы социальных гарантий, базирующихся на новом более высоком уровне экономического развития;

- элиминирование возрастающей в процессе нововведений нагрузки на человека в результате коренной перестройки и переоснащения системы здравоохранения, сферы отдыха и досуга.

Рассмотрение особенностей мобилизационного типа развития показало, что процесс нововведений, осуществляемый в его рамках, сталкивается с принципиальными трудностями. Если перенести эти выводы на инновационную политику, то можно сказать, что трудности ее реализации в рамках мобилизационного типа были обусловлены не столько ее внутренним несовершенством, сколько тем хозяйственно-политическим фоном и социально-экономическими условиями, в которых она осуществлялась. Учитывая определяющую роль научно-технических факторов в современных условиях, необходимо перейти от мобилизационного к инновационному типу развития. По мнению А.Г. Фотонова, задача эта чрезвычайно сложна. Даже ее частные («переход к рынку», «развитие институтов гражданского общества» и т. д.) моменты требуют огромной работы и значительных сроков [5, 403]. Вполне возможно, что ее решение потребует целого исторического периода. Данная задача во многом уникальна. Она не имеет аналогов в прошлом, хотя ее решение и опирается на весь опыт нашего предшествующего исторического развития, в ходе которого неоднократно реформировались общественные институты, осуществлялись масштабные перестройки структуры народного хозяйства, изменялась система социально-экономических отношений. Следовательно, и методология, и методы обоснования и осуществления такого перехода должны ориентироваться на долгосрочную перспективу, отталкиваться от общих принци-

пов прогнозирования, планирования и регулирования, конкретизируя их применительно к современным условиям, специфике задач и характеру стоящих перед страной целей.

Учитывая все эти объективные требования, необходимо наличие ясного, продуманного стратегического курса, реализация которого позволяла бы последовательно и неуклонно приближаться к поставленным целям. Его осуществление возможно лишь в результате коренной перестройки основ функционирования нашего общества, способной обеспечить разработку и реализацию инновационной политики на базе взаимодействия научно-технического прогресса с опережающим поступательным развитием политических, социальных и экономических институтов, превратившись в важнейший инструмент долгосрочного социально-экономического развития страны.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Глазьев С. Какая модернизация нужна России? // *Экономист*, 2010. № 8.
2. Вишневецкий В., Дементьев В. Инновации, институты и эволюция. // *Вопросы экономики*, 2010, № 9.
3. Нуриев Р.М. Россия: особенности институционального развития. М.: Норма, 2009.
4. Райская Н., Рощина Л., Сергиенко Я., Френкель А., Мальцева И., Баранов Э. Экономика в 2009-2011 гг. // *Экономист*, 2010. № 8.
5. Фотонов А.Г. Россия: инновации и развитие. М.: БИНОМ Лаборатория знаний, 2010.

ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА ВОСПРОИЗВОДСТВА ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ*

Аннотация. В статье рассматривается значение оборотного капитала как экономической категории в системе общественного воспроизводства национальной экономики. Данная тема важна, так как зачастую роль оборотного капитала недооценивается, считается, что он играет второстепенную роль в воспроизводственном процессе.

Авторская трактовка заключается в рассмотрении воспроизводства общественного продукта национальной экономики с позиций структуры оборотного капитала, что позволяет оценить вклад различных элементов оборотного капитала в эффективность воспроизводственного процесса национальной экономики. Таким образом, все вышеобозначенное обуславливает особую значимость и актуальность данной статьи.

Ключевые слова: процесс воспроизводства, капитал, оборотный капитал, производительный капитал, стоимость общественного продукта, национальный доход.

P. I. Gulenko

Russian Open Academy of Transport

WORKING CAPITAL REPRODUCTION PROCESS IN NATIONAL ECONOMY: POLITICAL & ECONOMIC ISSUES

Abstract. The paper considers the value of working capital as an economic category in national economy reproduction system. The working capital, whose role is often underestimated, is generally considered to play a supporting role in reproduction process.

The author's treatment of the issue is in regarding the reproduction of a social product in national economy from the angle of the structure of the working capital, which allows of estimating the contribution of various elements of the working capital to efficiency of national economy reproduction process.

Key words: reproduction process, capital, working capital, productive capital, social product cost, national income.

В процессе своего функционирования капитал обеспечивает интересы собственников и персонала фирмы, а также государства. Процесс же функционирования капитала есть не что иное, как расширенное воспроизводство.

Основопологающим воспроизводственным процессом является воспроизводство общественного продукта. Именно благодаря этому процессу происходит постоянное возобновление, воспроизводство материальных благ – товаров, а тем самым удовлетворение общественных и личных потребностей в соответствии с экономическими законами. Значимость совершенствования воспроизводства общественного продукта с целью увеличения его объема, улучшения структуры, усиления интенсивности, повышения эффективности и т.д. существенно возрастает в современных условиях развития нашей страны.

При определении путей такого совершенствования следует иметь в виду, что для обеспечения этого основополагающего процесса необходимы определенные материаль-

* © Гуленко П.И.

ные условия: помимо средств и предметов труда, применяемых в непосредственном процессе труда, постоянно должна иметься и та их часть, которая пребывает наготове для вступления в этот процесс. Кроме того, должна иметься и та определенная их часть, при посредстве которой осуществляется процесс доведения произведенного продукта до конечных потребителей.

Таким образом, мы можем говорить, что общим материальным условием является воспроизводство производительного капитала. В его содержание мы вкладываем более широкое, чем традиционно сложившееся, толкование. Иначе говоря, под этим капиталом понимается то определенное экономическое единство потребительной стоимости и стоимости, которое при известном принципиальном отличии от промышленно-производственного капитала представляет собой, по существу, его аналог.

Воспроизводство производительного капитала – процесс, внутри которого и благодаря которому воспроизводится, но прежде всего производится общественный продукт. И в то же самое время воспроизводство последнего служит основой для воспроизводства производительного капитала.

Несмотря на тесную взаимосвязь между процессами воспроизводства общественного продукта и производительного капитала, между ними имеются и существенные различия. Основное из которых заключается в непосредственной цели, а тем самым и в результате каждого из них. Целью воспроизводства общественного продукта является удовлетворение потребностей общества – производственных и личных. Непосредственная цель воспроизводства производительного капитала состоит в обеспечении условий воспроизводства общественного продукта и, в частности, предметов потребления. «В конечном счете, – указывал В.И. Ленин, – изготовление средств производства необходимо связано с изготовлением предметов потребления, ибо средства производства изготавливаются не ради самих же средств производства, а лишь ради того, что все больше и больше средств производства требуется в отраслях промышленности, изготавливающих предметы потребления»[3].

Воспроизводство производительного капитала и воспроизводство общественного продукта настолько переплетаются между собой, что зачастую трудно отличить одно от другого. Особенно тесно они переплетаются в рамках непосредственного процесса труда. Выявление имеющихся между ними связей и различий весьма существенно, как нам представляется, с целью определения путей их интенсификации и повышения эффективности.

Прежде чем подойти к выявлению этих путей, следует подробнее остановиться на содержании производительного капитала, особенностях его воспроизводства, различии и связи последнего с воспроизводством оборотного капитала.

Исследование вопросов воспроизводства и других особенностей основного и оборотного капитала обычно ведется раздельно, причем главное внимание уделяется именно различиям между ними. Такой традиционный метод разобщенного анализа вызывает обособленность научных поисков путей совершенствования управления данными капиталами и единым процессом их воспроизводства. На практике это приводит к тому, что управление ими – планирование, учет, конкретные формы организации и т.д. – осуществляется порознь, без должной взаимосвязи. В результате возникают определенные несоответствия между основным и оборотным капиталом по величине, структуре, что, в конечном счете, приводит к потерям и снижению их эффективности.

Подобно тому как национальный доход – его содержание, закономерности движения и т.д. – могут быть поняты лишь в связи с общественным продуктом, содержание и закономерности воспроизводства основного и оборотного капитала могут быть наиболее полно поняты при рассмотрении их связи с производительным капиталом, а также их различий. Отсюда возникает необходимость исследования этой проблемы, т. е. рассмот-

рения воспроизводства основного и оборотного капитала в комплексе, в единстве, как общего экономического процесса, и выявления сначала присущей ему общности, а затем – различий и особенностей.

Комплексное изучение экономических процессов становится в настоящее время острой и актуальной задачей, решение которой связано с определением конкретных путей дальнейшего совершенствования управления этими процессами и достижения сбалансированности между ними и внутри каждого из них.

Воспроизводство основного и оборотного капитала представляет собой комплексный процесс, ибо он происходит в единых границах материального процесса воспроизводства, причем эти капиталы являются его вещественной и стоимостной основой, на которой он практически осуществляется как процесс постоянного возобновления общественного продукта.

Известные различия между основным и оборотным капиталами (по роли в процессе труда, длительности их воспроизводственного цикла, способу перенесения стоимости на стоимость изготавливаемых изделий, способу обращения перенесенной стоимости и т. д.) существуют внутри указанной общности.

Общность воспроизводства основного и оборотного капитала и, прежде всего, их вещественных носителей – средств труда и предметов труда, т. е. средств производства, заключается в общности выполняемой ими важной функции по обеспечению непрерывности воспроизводственного процесса.

Осуществляемое в рамках последнего воспроизводство средств производства охватывает две взаимосвязанные стороны – производственное потребление вещественных элементов этих средств и замену потребленных и изношенных элементов новыми.

Достижение планомерной сопряженности, сбалансированности между этими сторонами является общей важной задачей организации воспроизводства и основного и оборотного капиталов. Отмечаемая общность данной задачи не зависит от указанных различий между ними.

Потребность в замене использованных средств производства возникает в сфере производства, и в этой же сфере создаются условия для удовлетворения возникшей потребности. Однако общий процесс их воспроизводства не замыкается рамками данной сферы, а охватывает и сферу обращения. Это обусловлено тем, что все новые экземпляры средств производства (равно как и все другие новые потребительские стоимости, независимо от их конечного назначения) производятся как товары, а стало быть, и реализуются как таковые.

Реализация же товаров (обмен результатами деятельности всех членов общества) осуществляется в форме товарно-денежных отношений. Совокупность этих отношений обуславливает необходимость в выделении от сферы производства сферы обращения в самостоятельную воспроизводственную сферу. Эти отношения, составляя ее основу, протекают со смежными распределительными денежными отношениями.

Воспроизводство средств производства происходит при обязательном условии, что их стоимость, перенесенная на стоимость товаров, изготовленных при их участии, перейдет вместе с последними из сферы производства в сферу обращения, а затем вновь вернется в сферу производства с купленными производственными элементами. Здесь эта стоимость вновь принимает форму производительного капитала, вещественную основу которого составляют средства производства.

Таким образом, воспроизводство средств производства, средств и предметов труда представляет собой единый комплексный процесс, постоянно происходящий, и единый по основной задаче использования этих средств и по хозяйственному механизму, призванному практически обеспечивать решение данной задачи.

Однако в теории и на практике не получила должного признания экономическая категория, объективно существующая в воспроизводстве и отражающая указанный единый процесс. В экономической науке, по сути дела, отсутствует общепризнанный термин, характеризующий эту важную категорию. В отдельных работах ее именуют «производственным капиталом» (производственными фондами)[4]. Но за длительное время данный термин прочно укоренился в нашей хозяйственной практике, а также в теории применительно к капиталам (фондам), находящимся, по существу, только в сфере производства, – основным и оборотным.

Движение стоимости производственного капитала, осуществляемое в форме кругооборота, в форме постоянной смены трех функциональных форм отражает собой одну из важных сторон всего материального воспроизводственного процесса в целом, поскольку он совершается как постоянное возобновление производства товаров и их обращения. В движении капитала, представляющем собой единство определенных потребительных стоимостей и заключенной в них стоимости, по существу, отражается двойственный характер воспроизводственного процесса.

Движение капитала на одних стадиях тесно смыкается с движением стоимости общественного продукта, а на других – несколько с ним расходится. Несмотря на неоднородность этих связей, воспроизводство производственного капитала, в целом, представляет собой существенное условие воспроизводства общественного продукта. Тем самым от эффективности слияния их стоимостей во многом зависит эффективность их разъединения.

Рассматриваемые воспроизводственные процессы протекают в реальной действительности непрерывно, в переплетении друг с другом. Однако при их исследовании представляется обоснованным выявлять различия с целью определения конкретных путей их интенсификации и эффективности.

Эффективность воспроизводственных процессов реального сектора экономики находит свое количественное отражение в соотношении двух показателей: эффекта (результата) и тех затрат, при помощи которых он был достигнут.

Внутренняя связь показателей эффективности применительно к рассматриваемым воспроизводственным процессам прослеживается при анализе кругооборота производственного капитала:

$$D - T < \frac{СП}{РС} \dots П \dots T^1 - D^1 \quad (1)$$

Метаморфоза производственного капитала на первой стадии его кругооборота по сути дела означает, что общество произвело единовременные затраты, а точнее, авансирование, предоставляя предприятиям денежные средства для обеспечения планомерной непрерывности процесса воспроизводства капитала, тем самым возобновляя материальные условия, необходимые для воспроизводства общественного продукта.

Одно из различий, вытекающее из анализа приведенной формулы кругооборота капитала, мы усматриваем в том, что его воспроизводство начинается, по существу, раньше нового цикла воспроизводства общественного продукта. Такое опережение по времени обусловлено указанной выше необходимостью иметь постоянно наготове для планомерного обеспечения непосредственно процесса труда определенные запасы средств производства из орудий труда (установленных машин, разного рода оборудования и т. д.) и предметов труда – производственных запасов (определенных видов сырья, материалов и т. д.).

Поскольку и на эту, еще не функционирующую, еще не примененную часть средств

производства общество авансирует денежные средства, постольку воспроизводство производственного капитала осуществляется посредством большей массы стоимости и потребительской стоимости, чем воспроизводство (за аналогичный период) общественного продукта.

Иная, более тесная связь между этими двумя воспроизводственными процессами выявляется на конечной стадии кругооборота производственного капитала $T' — D'$: эта метаморфоза одновременно отражает и завершенность их кругооборота, и завершенность воспроизводства общественного продукта. Следовательно, результат – эффект обоих рассматриваемых процессов – достигается совместно и отражается одной общей величиной, одним общим показателем – созданной и реализованной за данный период массой товаров. Поэтому их реализацию (которая означает акт общественного признания созданных товаров) обоснованно принимать в качестве основного показателя эффекта и кругооборота производственного капитала и воспроизводства общественного продукта.

Связь между общественным и индивидуальными производственными капиталами обусловлена тем, что из совокупности последних образуется общественный капитал.

Но общественный капитал представляет собой не механическое слагаемое индивидуальных капиталов, так как в данной их совокупности имеются внутренние, сложные взаимосвязи, некоторые из которых проявляются в отношениях обмена.

Различие между ними в основном состоит в том, что воспроизводство общественного капитала охватывает все его (воспроизводства) стадии, учитывая при этом движение вещественной и стоимостной их сторон. Иначе говоря, в нем отражается весь цикл возобновления всех элементов производственного капитала: мы согласны с утверждением, что процесс воспроизводства индивидуальных производственных капиталов более ограничен, ибо он участвует лишь частично в периоде формирования общественного продукта. «Пока производственный капитал не приобрел законченного характера и не начал функционировать, его воспроизводство не имеет завершенной формы» [5, 20].

Иначе говоря, воспроизводство индивидуального производственного капитала приобретает свою завершенность через воспроизводство общественного капитала. В то же время, последнее достигается через воспроизводство индивидуальных капиталов. Это обусловлено особенностями воспроизводства вещественной стороны указанных капиталов. Потребительские стоимости, производимые на том или ином предприятии, предназначаются, как правило, для других предприятий или для личного потребления членов общества, а поэтому они не остаются в его обороте (кроме таких производств, как растениеводство, животноводство, где производимый продукт частично используется для воспроизводства в данном производстве). В границах же народного хозяйства в целом данный процесс происходит как общий, взаимосвязанный комплексный процесс воспроизводства потребительных стоимостей. Практически в его осуществлении важную роль играет оборотный капитал.

Оборотный капитал представляет собой ту «отпочковавшуюся» во времени (как бы приведенную к годовой размерности, а точнее, к размерности одного воспроизводственного цикла) часть стоимости производительного капитала, которая совершает свое постоянное движение на базе и одновременно с движением потребительных стоимостей, выступающих ее вещественной основой (предметов труда и товаров). Между этими экономическими категориями имеется много общего, которое, прежде всего, выражается в единстве форм их движения: и те и другие совершают его в виде кругооборота, последовательной смены функциональных форм в воспроизводственных сферах.

Обе эти категории характеризуют в целом идентичные экономические отношения, различия между которыми в основном предопределяются следующими факторами. Во-первых, объемом экономических отношений. Производственный капитал выражает, как

было отмечено ранее, отношения по поводу производства и потребления всех средств производства (средств и предметов труда), а также обращения товарного и денежного капиталов, которое происходит за весь период их воспроизводства. Обратный же капитал отражает эти отношения по поводу только предметов труда и обращения товарного и денежного капиталов.

Во-вторых, различия между рассматриваемыми категориями обуславливаются неодинаковой продолжительностью периода их воспроизводства, а тем самым и кругооборота, ибо продолжительность воспроизводства всего производственного капитала, в конечном счете, зависит от времени, необходимого для воспроизводства основного капитала. Это объясняется тем, что воспроизводство оборотного капитала осуществляется за короткие периоды. При этом вещественные носители оборотного капитала – предметы труда – потребляются в каждом производственном цикле и поэтому после его окончания должны замещаться новыми экземплярами.

Вещественные носители основного капитала участвуют в процессе воспроизводства на протяжении ряда производственных циклов. Тем самым период их воспроизводства продолжительнее. И хотя продолжительность этого периода различна для отдельных составных частей основного капитала, в целом (среднем) их воспроизводство, осуществляясь через ряд последовательных производственных циклов, оказывает влияние на общую продолжительность воспроизводства всего производственного капитала, на длительность его кругооборота.

Распределение же осуществляется в соответствии с требованиями (возможностями) каждого конкретного предприятия. И общество наделяет их необходимыми капиталами в виде собственных средств или банковского кредита, обеспечивая одновременно возможность покупки соответствующих вещественных элементов – основного и оборотного капиталов.

Процесс постоянного движения производственного капитала – от производства через сферу обращения к потреблению, которое, в свою очередь, вновь вызывает потребность в производстве все новых вещественных элементов. То есть постоянное воспроизводство этих капиталов является общим комплексным процессом, внутри которого, несмотря на определенные различия, осуществляются соответствующие по характеру процессы воспроизводства основного и оборотного капиталов (см рис.1).

Одной из важных характерных сторон этих связанных процессов является то, что они представляют собой незамкнутые и не стереотипно повторяющиеся процессы. Им сопутствуют большие количественные и качественные изменения, происходящие главным образом в результате ускорения научно-технического прогресса.

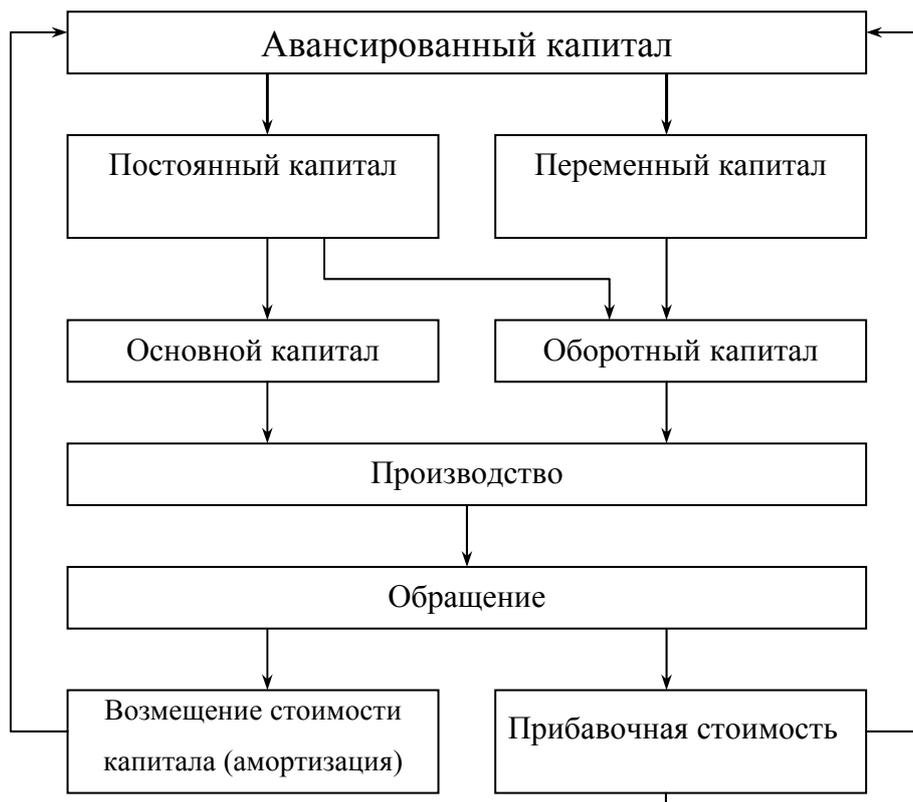


Рис. 1. Схема воспроизводства производственного капитала

Особенности движения стоимости, свойственные процессу воспроизводства производственного капитала (формула 2), наиболее отчетливо просматриваются при анализе воспроизводства оборотного капитала (формула 3).

$$D - \begin{Bmatrix} CT \\ PT \\ PC \end{Bmatrix} - T - \left\{ \begin{array}{l} \overbrace{T_{ст...} \quad PK_{ст} - C_{ст}}^{\Pi} \\ T_{пт...} \quad PK_{пт} - C_{пт} \\ \underbrace{Z_{рс...} \quad PK_{рс} - \begin{Bmatrix} V_{рс} \\ M_{рс} \end{Bmatrix}} \end{array} \right\} - T^I - D^{I^1 *} \quad (2)$$

$$D - \begin{Bmatrix} PT \\ PC \end{Bmatrix} - T - \left\{ \begin{array}{l} \overbrace{T_{пт} \quad PK_{пт} - C_{пт}}^{\Pi} \\ \underbrace{Z_{рс} \quad PK_{рс} - \begin{Bmatrix} V_{рс} \\ M_{рс} \end{Bmatrix}} \end{array} \right\} - T^I - D^I \quad (3)$$

Это обусловлено тем, что оборотный капитал, представляя собой, как отмечалось, «отпочковавшуюся» во времени часть стоимости производственного капитала, имеет существенные черты и закономерности этого капитала. Общими закономерностями указанных двух категорий являются: необходимость обеспечения планомерной непрерывности их кругооборотов, т. е. последовательной смены функциональных форм, одновременность пребывания в этих формах в определенном количественном соотношении, сокра-

* СТ – средства труда, ПТ – предметы труда, РС – рабочая сила, ПК – производительный капитал, Зрс – затраты на формирование рабочей силы, Сст – стоимость потребленных средств труда, Спт – стоимость потребленных предметов труда, Vрс – стоимость необходимого продукта, Mрс – стоимость прибавочного продукта.

щение периода воспроизводственного цикла, его ускорение и т. д.

В результате анализа структуры оборотного капитала открываются возможности более глубокого понимания процесса воспроизводства производственного капитала в целом, в его связи с движением стоимости общественного продукта.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Кронрод Я.А. Общественный продукт и его структура при социализме. М.: Госполитиздат, 1958.
2. Коркин С.К. Кругооборот фондов в социалистическом воспроизводстве. Казань: Издательство Казанского университета, 1990.
3. Лебедев В.М. Совершенствование воспроизводственной структуры экономики развитого социализма М.: Издательство МГУ, 1981.
4. Ленская С.А., Сидоров В.Н. Эффективность и время производства. М.: Экономика, 1986.
5. Лисициан Н.С. Оборотные средства в системе воспроизводственных процессов: Вопросы теории и практики. М.: Наука, 1986.
6. Данилина Е.И. Воспроизводство оборотного капитала в глобальной инновационной экономике//Проблемы современной экономики. 2009. №2(30).

ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРУКТУРЫ МАТЕРИНСКОГО ПОКОЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОРЫ ПОПУЛЯЦИОННЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В РОССИИ*

Аннотация. Рассмотрено влияние трансформации структуры материнского поколения, а также мероприятий демографического регулирования на динамику рождений и популяционных изменений в России. Проведено прогнозирование численности женщин детородного возраста на период до 2023 г., выполнены расчеты, позволяющие показать зависимость количества рождений детей от воздействия различных факторов. Построен график, дающий возможность обосновать сценарии развития демографической ситуации в стране в течение предстоящих 15 лет.

Ключевые слова: демографическая система, структура материнского поколения, депопуляция, миграционный прирост, возрастной интервал, демографическое регулирование.

V. Kirpichev

Smolensky Branch of Orlov Regional Academy of Civil Service

STRUCTURAL TRANSFORMATION OF MATERNAL GENERATION AND POPULATION CONTROL AS FACTORS OF POPULATION AND SOCIO-ECONOMIC CHANGES IN RUSSIA

Abstract. The paper examines the impact of structural changes in maternal generation, as well as measures of population control on the dynamics of birth and population change in Russia. A prediction has been made of the number of women of childbearing age in the period to 2023, as well as the calculations showing the dependence of the number of child births on various factors. A schedule has been built, providing an opportunity to explain the scenarios of national demographic situation over the next 15 years.

Key words: population system, the structure of maternal generation, depopulation, migration growth, age range, population regulation.

Как известно, численность населения любого государства является одним из важнейших факторов, определяющих его место в современном мире. Для России, имеющей огромные, редко заселенные территории, его значение трудно переоценить. Оно становится особенно заметным в современных условиях, на фоне протекающих процессов депопуляции. А они, как известно, отрицательно сказываются на воспроизводстве рабочей силы и поэтому затрудняют дальнейшее расширение хозяйственной деятельности, тормозят рост потребительских рынков, сдерживают развитие социальной инфраструктуры и в целом представляют потенциальную угрозу экономической безопасности и территориальной целостности страны.

Учитывая это, сегодня следует всеми возможными способами поддерживать позитивные тенденции стабилизации населения России, наметившиеся в последний период.

Анализ данных демографической статистики и текущего учета показывает, что в истекшем году, впервые за время, прошедшее после распада СССР, численность россиян

* © Кирпичев В.В.

прибавилась примерно на 23 тыс. человек, чему способствовало снижение естественной убыли и постепенное увеличение внешнего миграционного прироста [9].

Указанная тенденция, по всей видимости, сохранится и в нынешнем году. Так, согласно оперативной отчетности за первый квартал 2010 г. естественная убыль населения составила 87,3 тысяч человек, что на 16,5% меньше, чем за предыдущий год [11].

Очевидно, для того, чтобы обеспечить сохранение отмеченной благоприятной направленности демографического развития страны на перспективу, необходимо понимать, насколько данный результат обусловлен мерами демографического регулирования, а в какой степени он детерминирован изменениями структуры народонаселения России. От этого зависит целесообразность применения тех или иных методов управления демографическими процессами, использования механизмов прямого или косвенного противодействия депопуляции.

Конечно, осуществлять эффективное регулирование в сложной нелинейной системе народонаселения достаточно непросто, учитывая, что демографическая ситуация предопределяется большим числом трансформирующихся во времени факторов, действие которых подвластно законам синергетики. На это указывает целый ряд исследований, проведенных как в России, так и за границей. Например, известный отечественный ученый С.П. Капица по результатам математического моделирования демографической системы обосновал вывод о том, что существует как минимум 35 факторов, способных привести к росту или уменьшению численности населения [7, 16].

Мы же рассмотрим данную проблему в более узком плане, гипотетически полагая, что основными детерминантами демографической динамики в современной России являются структура материнского поколения, под которой будем понимать распределение женщин, способных выполнять репродуктивную функцию, по возрастным интервалам, а также меры демографического регулирования, приводящие к изменению соотношений между показателями рождаемости и смертности, величины и знака сальдо внешней миграции.

Целью настоящей работы является оценка влияния каждого из указанных выше факторов на количественную характеристику населения России как в текущий момент, так и на перспективу.

Но прежде введем ряд допущений, позволяющих упростить расчеты. Так, будем считать, что происходящее в настоящее время смещение положения популяционного тренда в нашей стране в значительной степени связано с изменением числа новорожденных детей, определяющим естественный прирост. В связи с этим количество умершего населения, а также значение миграционного прироста принимаем за константу. Тогда динамика рождений будет служить индикатором демографического развития России на протяжении всего периода исследования, который определен с 2002 по 2023 гг.

Проведем мониторинг величины указанного индикатора в выбранных нами в качестве контрольных точек - 2006, 2008, 2009, 2013, 2018 и 2023 гг., принимая 2002 г. за базисный.

Для того чтобы установить зависимость числа рождений в России от действия различных факторов, создадим упрощенную двухэлементную модель - рис. 1.

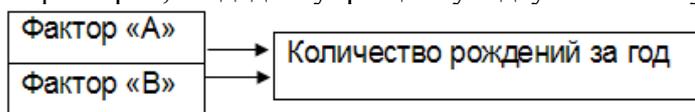


Рис. 1 Модель динамики рождения детей

В качестве элементов модели будем рассматривать факторы «А» и «В», которые

оказывают воздействие на уровень рождаемости, соответственно, за счет изменяющейся структуры материнского поколения, а также комплекса мер, направленных на регулирование демографических и миграционных процессов.

По нашему мнению, в основу методики исследования может быть положен расчет гипотетически возможного автономного влияния фактора «А» на рождение нового поколения. При этом действие фактора «В» не учитывается.

Возможность использования предлагаемого подхода подтверждается целым рядом работ, выполненных отечественными и зарубежными учеными [10, 590].

В ходе проводимого исследования необходимо для каждой контрольной точки установить, как изменилось бы количество рожденных в России детей при условии действия только одного фактора «А».

Представляется, что указанные расчеты, например для 2006 г., можно выполнить, применяя метод экстраполяции возрастных коэффициентов рождаемости, то есть при допущении того, что их значения останутся в 2006 г. такими же, какими они были в 2002 г. Исходную информацию об указанных выше коэффициентах найдем в статистических сборниках [4; 5].

В то же время, количество женщин, способных выполнять детородную функцию, и их распределение по возрастным интервалам будем считать соответствующими фактическим данным за 2006 г.

Среднегодовую численность матерей в разных возрастных группах определим на основании материалов статистической отчетности, по данным на начало и конец названного года [3; 4; 5]. Полученные результаты внесем в графу 5 создаваемой таблицы.

Для вычисления количества новорожденных, которые могли появиться в случае автономного действия фактора «А», применяем вариант известной формулы [2, 84]:

$$N_{j_1 j_2}^x = \frac{\bar{W}_{j_1 j_2}^x \times F_{j_1 j_2}^x}{1000};$$

где, $N_{j_1 j_2}^x$ - число детей, родившихся за «х» год от матерей возрастного интервала $j_1 - j_2$ (человек);

$\bar{W}_{j_1 j_2}^x$ - среднее количество матерей возрастного интервала $j_1 - j_2$ в «х» году (человек);

$F_{j_1 j_2}^x$ - коэффициент рождаемости в возрастном интервале $j_1 - j_2$ в «х» году (в промилле).

Используя ее, подсчитаем, какое число детей могло родиться в 2006 г. в указанных условиях (действие фактора «А»). Например, для группы матерей в возрасте 15-19 лет:

$${}_A N_{15-19}^{2006} = W_{15-19}^{2006\text{cp}} \times F_{15-19}^{2002} / 1000 = 5620982 \times 27,4/1000 = 154014 \text{ человек.}$$

Аналогичные расчеты проведем и по остальным возрастным интервалам, а полученные данные поместим в гр. 11 табл.

Такие же вычисления выполним и для других контрольных точек – 2008, 2013, 2018 и 2023 гг. Результаты впишем в гр. 12, 13, 14 и 15. Причем для нахождения исходных данных о численности поколения матерей в 2008 году используем статистический сборник [6], а в 2013, 2018 и 2023 гг. – материалы прогноза, проведенного автором методом передвижки возрастов ранее [8, 106-107].

Анализ данных, включенных в таблицу, показывает, что поколение российских матерей с 2002 по 2023 г. может сократиться с 39 966 700 до 32 184 878 человек или почти на одну пятую (19,5%). К концу рассматриваемого периода произойдет существенное снижение численности групп 15-19, 20-24 и 25-29-летних женщин, соответственно на 75,4, 80,7 и 79,6 %. По всей видимости, сохранится уже наметившаяся тенденция уменьшения доли женщин репродуктивного возраста во всем населении страны (с 27,5 % в 2002 г. до 24,7 % в 2008 г.).

Кроме того, в 2023 г. по сравнению с 2002 г. прогнозируется убывание в общей совокупности матерей доли женщин, входящих в указанные выше возрастные интервалы, также соответственно на 4,2%, 4,4% и 2,8 %. А для них, как известно, характерен наиболее высокий уровень деторождения.

В то же время, сравнивая удельный вес возрастных коэффициентов в суммарном коэффициенте рождаемости (гр.2, 6) можно сделать вывод о том, что за период с 2002 г. по 2008 г. увеличения интенсивности рождений более молодыми матерями (до 30 лет) не произошло. А это означает, что при сохранении указанной тенденции до 2023 г. снижение численности новорожденных за счет прогнозируемого сжатия материнского поколения не будет компенсироваться приростом рождаемости.

Для того чтобы более наглядно представить, какое влияние могут оказывать рассматриваемые нами факторы на количество вновь вступающего в жизнь населения, построим, с использованием данных статистики и расчетных величин, график – (рис. 2).

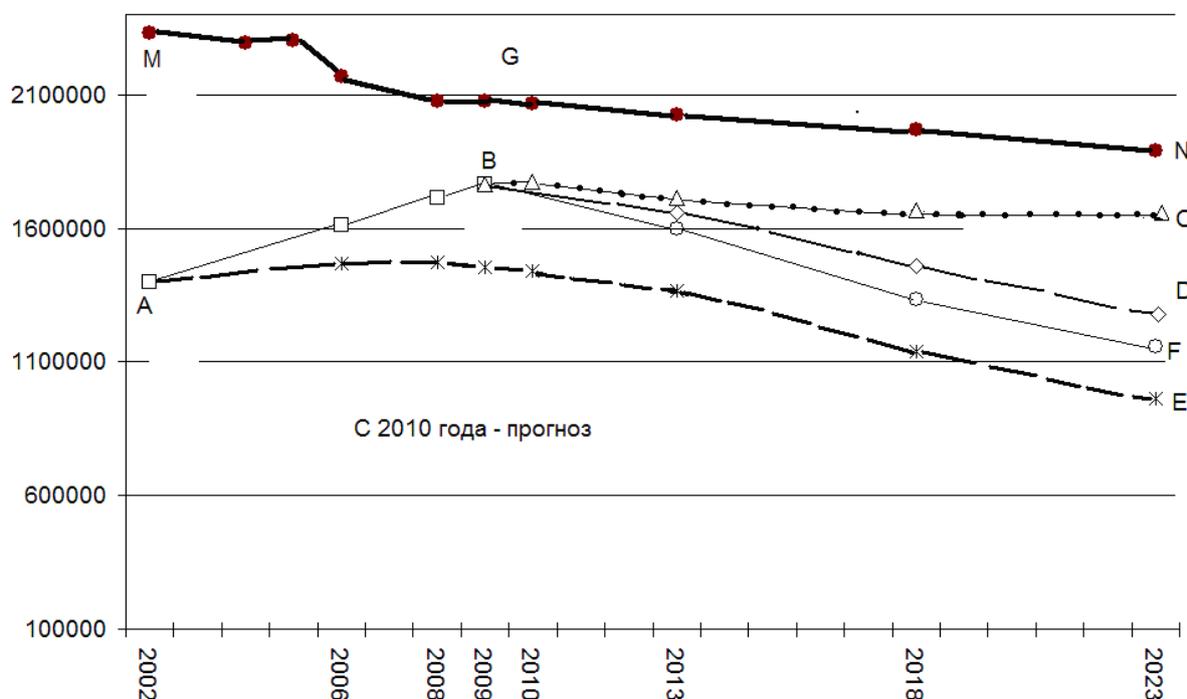


Рис.2. Влияние структуры материнского поколения, демографической и миграционной политики на динамику рождения детей в России (человек).

На нем кривая AE , траектория которой задана результатами прогноза (гр.11-15), иллюстрирует изменение числа рождений, которое, как мы полагаем, происходило бы в случае автономного действия фактора «А». Ее нисходящая направленность подчеркивает непрерывное, начиная с 2008 г., уменьшение влияния данного фактора на уровень рождаемости.

Это означает, что происходящая перестройка структуры материнского поколения в прогнозном периоде не будет способствовать росту человеческой популяции в России. А следовательно, для ее стабилизации необходимо задействовать другие факторы, и в первую очередь, включающие механизмы демографического регулирования.

Линия AB графически отображает фактическую численность нового поколения россиян, появившегося на свет в период с 2002 по 2009 г.

Несколько линий графика, начинающихся в точке B , демонстрируют прогнозируемые нами, с учетом проведения демографической политики, варианты сценарии рождения детей с 2009 по 2023 г.

При этом первый вариант (линия BC) рассчитан нормативным методом, предусматривающим достижение результатов, намеченных Концепцией демографического развития страны до 2025 г., в том числе по стабилизации численности населения на уровне 142-145 млн. человек.

Реализация второго варианта (линия BD) представляется возможной при том условии, что действенность демографического регулирования в России, достигнутая в 2009-2009 гг., будет стабильной или несколько увеличится на протяжении последующих 15 лет.

Третий вариант (линия BF), предполагает снижение, по разным причинам, отдачи от проводимых мероприятий демографической политики примерно на четверть, по сравнению с 2009 г.

Кривая MGN – это график изменения численности умершего населения (до 2009 г. - зарегистрированного, а далее – согласно прогнозу). При расчете прогнозных данных для построения участка кривой GN учитывались как современный уровень смертности, так и возможная динамика его снижения, которая, согласно оценкам некоторых отечественных демографов, в исследуемом периоде может составить примерно 1,1% в год [1, 118].

Приведенные на рис. 2 графики позволяют проиллюстрировать предполагаемые нами сценарии развития демографической ситуации в России на ближайшие 15 лет.

Достаточно очевидно, что в этот период не прогнозируется естественный прирост населения России. Масштабы его убыли за счет превышения смертности над рождаемостью могут существенно варьироваться в зависимости от рассматриваемых вариантов прогноза. Они, для каждой контрольной точки на графике, соответствуют расстоянию между кривыми MN и ABC (ABD или ABF).

В то же время, для того чтобы поддерживать стабильное по численности население страны, естественную убыль необходимо полностью компенсировать за счет положительного сальдо трансграничной миграции. В данном случае его минимальная величина может быть также определена графически как расстояние между точками на линиях MGN и ABC (ABD или ABF).

При реализации первого и второго вариантов прогноза население России до 2013 г. не будет убывать в том случае, если внешний миграционный прирост увеличится на 20-30% по сравнению с уровнем, достигнутым в 2009 г., и будет составлять примерно 320-350 тыс. человек в год. Правда, если демографическая ситуация станет развиваться по более низкому, третьему варианту сценария, то в страну дополнительно понадобится ежегодно привлекать извне еще по 75 тыс. мигрантов.

Что касается последующего десятилетия, то в 2013-2023 гг., как показывают резуль-

таты прогноза, задача обеспечения демографической стабильности страны значительно усложнится. Для ее решения в России необходимо будет ежегодно увеличивать положительное сальдо трансграничной миграции и довести его к концу рассматриваемого периода примерно до 750 тыс. человек.

Понятно, что добиться такого прироста практически невозможно без существенной либерализации миграционной политики.

Но при этом также не следует забывать, что применение указанного метода не приведет к прекращению депопуляции. К тому же, оно будет сдерживать мобилизацию внутренних ресурсов расширенного воспроизводства населения, и может привести к значительной трансформации сложившегося в стране этнического баланса.

С другой стороны, выполненные нами исследования показывают, что структура материнского поколения современной России постепенно утрачивает имевшийся ранее потенциал популяционного роста. Основными детерминантами возобновления численности населения страны на сегодня являются такие компоненты демографической динамики, как рождаемость и смертность. Поэтому, наряду с активизацией мер по увеличению миграционного прироста, представляется необходимым самое пристальное внимание обратить на повышение эффективности демографической политики, усиление ее пронаталистской направленности, а также на снижение смертности населения, и особенно младенческой и материнской.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Архангельский В.Н., Иванова А.Е. и др. Стратегия демографического развития России / Под ред. Кузнецова В.Н. и Рыбаковского Л.Л. М., 2005.
2. Борисов В.А. Демография. М.: NOTABENE, 1999, 2001.
3. Демографический ежегодник России. 2006: Стат. сб. / Д 31 Росстат. М., 2006.
4. Демографический ежегодник России. 2007: Стат. сб. / Д 31 Росстат. М., 2007.
5. Демографический ежегодник России. 2008: Стат. сб. / Д 31 Росстат. М., 2008.
6. Демографический ежегодник России. 2009: Стат. сб. / Д 31 Росстат. М., 2009.
7. Капица С.П. Сколько людей жило, живет и будет жить на земле. Очерк теории роста человечества. М., 1999.
8. Кирпичев В.В. Вызовы депопуляции // Труд и социальные отношения. № 3. 2010.
9. Куликов Сергей. Независимая газета. 28.01.2010.
10. Экономика народонаселения: учебник/ под.ред. В.А.Ионцева. М., 2007.
11. <http://learn7.ru/> В России улучшилась демографическая ситуация. 30.04.2010.

К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ НЕДЕНЕЖНЫХ ФАКТОРОВ НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ СУБЪЕКТАМИ РЫНКА*

Аннотация. Статья посвящена основным проблемам разработки концепции экономического интереса, позволяющей проводить количественный анализ влияния множества неденежных факторов на принятие решений субъектами рынка. Одной из задач автора данной концепции является укрепление теоретического фундамента методов оценки эффективности управленческих решений. Рассматриваются слабые стороны парадигмы “homo economicus” и проводится сопоставительный анализ таких категорий экономической науки, как «полезность» и «экономический интерес», в результате которого формулируется правило принятия эффективных хозяйственных решений, отражающее влияние на выбор неденежных факторов.

Ключевые слова: парадигма ‘homo economicus’, интерес, рациональность, неденежные факторы, принятие решений.

Y. Shokin

Dubna International University of Nature, Society and Man

TOWARDS THE URGENCY OF ESTIMATION OF NON-MONETARY FACTORS INFLUENCE ON MARKET PLAYERS DECISION-MAKING

Abstract. This article is concerned with the main problems that appear in developing the economic interest conception that allows of applying a quantity analysis of the influence non-monetary factors have on market players’ decision-making. One of the goals the author sets is to strengthen the theoretical basis of efficiency estimation methods in decision-making. Some weaknesses of the ‘homo economicus’ paradigm have been studied and the comparative analysis of such categories of economics as “utility” and “economic interest” has been done. As a result the rule of efficient decision-making that takes into account the impact of non-monetary factors has been formulated.

Key words: ‘homo economicus’ paradigm, interest, rationality, non-monetary factors, decision-making

Как известно, парадигма ‘homo economicus’, корни которой восходят к учению английской классической школы политэкономии, имеет своим базисом предпосылку о рациональном поведении людей в хозяйственной деятельности, под которым понимается выбор по вопросу о целесообразности той или иной сделки, совершённый на основе сопоставления потенциальных затрат и результатов, с данной сделкой сопряжённых [9, 10]. Бесспорно, трудно оспаривать данное теоретическое положение в его общем виде; однако, если конкретизировать постановку проблемы, к подобному подходу возникнут нарекания и он предстанет перед нами как причина одного из наиболее фундаментальных заблуждений экономической теории.

Речь идёт о том, что адекватность указанной парадигмы определяется исключительно набором параметров, которые та или иная теория считает нужным относить к категориям сравниваемых «затрат» и «результатов». Если мы, как и было принято на

* © Шокин Я.В.

протяжении десятилетий и даже столетий, отнесём к обеим категориям исключительно денежные оценки указанных параметров, то столкнёмся с гигантским массивом данных, свидетельствующих о неработоспособности принципа рационального экономического поведения. В подтверждение этих слов можно сослаться на результаты социологического опроса, проведённого автором среди студентов Международного университета «Дубна». На вопрос – «Рассматривали ли Вы и Ваша семья поступление в наш университет как некий инвестиционный проект, в котором фигурировали бы дисконтированные за весь срок обучения затраты и некие ожидаемые по окончании обучения доходы от профессиональной деятельности, взвешенные по вероятности их получения и также дисконтированные к моменту поступления в университет» – от 256 участников было получено лишь 2 утвердительных ответа, а некоторые студенты просто рассмеялись, сочтя вопрос шуткой лектора.

Разумеется, люди, оказываясь перед неким экономическим выбором, принимают во внимание помимо чисто денежных параметров также массу прочих факторов, к числу которых может относиться забота о ближнем, экологические эффекты, собственные или чужие капризы и настроения, «эффект престижного потребления» («эффект Веблена») и т.п.; однако при ближайшем рассмотрении выясняется, что человек при этом переводит указанные неденежные факторы в понятный всем и каждому денежный эквивалент [1; 8; 13; 15; 17]. Ярким примером может служить установление денежных компенсаций семьям погибших в авиакатастрофах; сюда же относится великое множество оценок ущерба жизни и здоровью, используемых страховыми компаниями, а также сведение ущерба от экологических катастроф к сумме вызванных ими потерь национальной экономики. Подобные примеры можно приводить очень долго, но суть явления ясна и без этого.

Разумеется, нет смысла осуждать повсеместное распространение в экономике денежных оценок неденежных параметров стоимости; этот феномен является неизбежным следствием ежедневной необходимости соизмерения благ самого различного качества (материальных и духовных, общественных и экономических), в связи с чем возникает объективная потребность в наличии некоторого всеобщего универсального измерителя. В качестве такого измерителя эволюционно стали использоваться определённые денежные единицы. Однако главный вывод, который здесь необходимо сделать, заключается в следующем: экономисты, анализирующие любые хозяйственные процессы, должны всегда помнить, что то, что люди привыкли с лёгкой руки классиков политэкономии воспринимать как стоимость благ, на самом деле есть лишь одна из сторон их истинной стоимости, точнее, одна из «проекций» этой стоимости в пространство денежных измерителей [11, 137; 12, 105-109]. Экономика «понимает» только язык денег и их количественной оценки; всё то, чему невозможно найти достоверный денежный эквивалент, для экономики не существует. Такое положение вещей, безусловно, станет тупиковым для дальнейшего развития экономической мысли, что особенно очевидно в современную эпоху глобального развития информационных технологий и сферы услуг, когда «львиная» доля ВВП развитых стран создаётся при помощи интеллектуального труда, адекватно оценить который невероятно труднее, нежели труд физический. Думается, если бы Карл Маркс жил в наше время, его основополагающий труд выглядел бы совсем иначе.

Напрашивается следующий вопрос: есть ли необходимость в попытках оценить некую «истинную» стоимость благ, или же анализа экономической действительности с использованием исключительно денежных оценок данных благ вполне достаточно? Ответ зависит от того, что мы сочтём критерием достаточности и достоверности анализа. Если исходить из того, что уровень развития современной экономической науки, несмотря на ряд несомненных достижений в самых различных прикладных отраслях (оценка инвестиционных проектов, логистика, анализ рисков и многое другое), всё ещё не поз-

воляет учёным достоверно описывать макроэкономические процессы и надёжно прогнозировать кризисные явления, то ответ должен быть отрицательным. Можно утверждать с определённой долей уверенности, что анализ экономических явлений, построенный на оценке «истинной», «полной» стоимости благ отличался бы существенно большей достоверностью по сравнению с анализом, построенным на оценке лишь денежной составляющей стоимости.

В целях решения данной задачи автором разрабатывается так называемая «концепция экономического интереса», в которой предлагается использовать понятие «интерес» как потенциальный мост, перекидываемый от стоимости благ в денежном выражении к показателю стоимости, всесторонне вобравшему в себя множество неденежных факторов. Выбор при этом был сделан в пользу понятия «интерес» постольку, поскольку из всех понятий психологической науки именно это наилучшим образом соответствует мотивирующей функции стоимости, сохраняя при этом качественную (а не только количественную) природу.

Сперва приведём определение интереса, используемое в психологической науке.

«Интерес – мотив или мотивационное состояние, побуждающее к познавательной деятельности. <...> Эмоциональный и волевой моменты интереса выступают специфично – как интеллектуальная эмоция и усилие, связанное с преодолением интеллектуальных трудностей. Интерес тесно связан с собственно человеческим уровнем освоения действительности в форме знаний»*;

«Интересы экономические – объективные побудительные мотивы хозяйственной (экономической) деятельности людей, обусловленные их местом в системе общественного разделения труда и находящиеся под воздействием исторически определённых производственных отношений, прежде всего отношений собственности на средства производства. <...> В сфере общественных отношений форму интересов экономических приобретают прежде всего потребности, удовлетворение которых становится целью производственной деятельности людей, образуя тем самым своего рода «пружину», приводящую в движение хозяйственный механизм общества»**.

Как видим, даже в таких достаточно консервативных источниках, как учебники по политической экономии времён социализма, подчёркивается мотивирующее начало категории «интерес», в первую очередь – интерес экономический.

С учётом вышесказанного договоримся в рамках концепции экономического интереса под **интересом субъекта к благу** понимать величину, характеризующую степень готовности субъекта к совершению сделки с участием данного блага. В экспериментальных исследованиях можно оценивать эту величину в баллах, условных единицах или по другой удобной аналогичной шкале.

Для более подробного описания этого термина необходимо сперва определиться с ответом на вопросы о том, откуда возникает интерес рыночных субъектов к тому или иному благу, и что определяет силу нашей заинтересованности в благе и степень изменения этой силы во времени?

Важно сразу же оговориться, что термин «интерес», как он понимается автором, вовсе не подменяет собой такое понятие из области экономической теории, как «полезность».

Под понятием «полезность» обычно подразумевается способность блага удовлетворять некоторые потребности человека. Кажется логичным, что отсутствие у блага такой способности автоматически лишает его интереса с нашей стороны (то есть у нас не

* Психологический словарь / Под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2006. 479 с.

** Политическая экономия: Словарь / Под ред. О.И. Ожерельева и др. М.: Политиздат, 1990. 607 с.

возникает желания его приобрести или просто воспользоваться им). Отличие понятия «интерес» от понятия «полезность» кроется именно в том, какой смысл вкладывать в термин «потребность». Если под потребностями иметь в виду лишь те семь уровней, которые использовал в своих работах классик науки менеджмента А. Маслоу, – то эти два понятия, действительно, совпадут.

Нельзя, однако, закрывать глаза на тот факт, что мотивация поведения (не только потребительского) людей далеко не исчерпывается стремлением к удовлетворению вышеперечисленных потребностей, – то есть максимизацией полезности потребляемых благ. При этом вовсе не имеется в виду, что список этих потребностей не полон. Речь идёт о том, что значительная часть экономической деятельности людей не вписывается в традиционные представления о рациональности в удовлетворении тех или иных потребностей.

Понятие «интерес» шире, чем понятие «полезность». Именно интерес в вышеописанном смысле мотивирует экономическую деятельность рыночных субъектов; в свою очередь, интерес детерминируется полезностью блага и, помимо этого – некоторым комплексом факторов чисто эмоциональной природы. Мотивирующая природа интереса как психологической категории уже подчёркивалась выше.

Прокомментируем ещё раз само понятие «интерес».

«Интерес» как экономическая категория отличается от привычной всем экономистам стоимости тем, что он служит единственным критерием эффективности любой сделки (любого экономического выбора) для хозяйствующего субъекта. Другими словами, если по какому-либо одному из параметров, по которым хозяйствующий субъект оценивает сделку, выбор между благом А и благом Б должен быть произведён в пользу блага А, но субъект при этом в конечном итоге всё же отдаёт предпочтение благу Б, то это означает, что интерес субъекта к благу Б в данном случае оказался выше, нежели его интерес к благу А. Очевидно, подобная ситуация может объясняться тем, что на выбор субъекта повлияли некоторые неучтённые факторы, к числу которых могут относиться индивидуальные предпочтения (вкусы, мода), религиозные убеждения, нравственные установки, привычки и традиции, психологические комплексы, наконец, просто сиюминутное настроение. Необходимо подчеркнуть, что задачей настоящего исследования отнюдь не является выявление и практическая идентификация всех* вышеописанных факторов, способных оказать воздействие на экономический выбор индивида. Подобная задача не ставится уже в силу субъективности большинства из перечисленных факторов, не говоря об их бесчисленном количестве и непредсказуемости воздействия на сознание человека в конкретных обстоятельствах места и времени. В качестве задачи исследования следует рассматривать идентификацию суммарной величины экономического интереса, присутствующего в определённый момент времени в той или иной относительно замкнутой экономической системе, и выявление закономерностей динамики этой величины.

Понятие «интерес» имеет ещё одно чрезвычайно важное преимущество по сравнению с понятием «полезность». Интерес, помимо способности быть выраженным в некоторой количественной мере, имеет также качественную составляющую, что даёт исследователям массу новых оттенков при изучении поведения рынков и их отдельных субъектов. Максимум, о чём может сообщить полезность – это сила желания индивида обладать некоторым благом; её нулевое значение подразумевает отсутствие такого желания, отрицательное – желание не обладать благом, а, напротив, избавиться от него. В случае же интереса можно сказать, направлен ли он, например, на желание обладать

* А в реальной экономической действительности подобных факторов неизмеримо больше, чем в приведённом примере.

благом длительное или же короткое время, для частого или периодического использования, для получения удовольствия или же для удовлетворения какой-либо малоприятной нужды (допустим, если речь идёт о лекарстве). Разумеется, всё это может быть выражено некоторой итоговой величиной полезности, которую с учётом всех этих и многих других факторов может нам принести потребление данного блага, и, в конечном счёте – ценой в денежном выражении, которую мы соглашаемся за это благо заплатить. Однако наличие всех оттенков подобного рода, нивелируемых при использовании понятия «полезность», даёт массу информации аналитикам рынка об истинных предпочтениях его операторов.

Все современные экономисты сходятся на том, что ценность благ воспринимается субъективно, то есть разные люди оценивают блага по-разному, – и, следовательно, проявляют к ним различный интерес. Более того, один и тот же человек может сначала счесть ценность какого-то блага ничтожной, затем эта ценность может резко вырасти в его глазах, а после, возможно, произойдёт новое разочарование. На процесс индивидуальной оценки благ влияет, безусловно, огромное количество факторов. К ним могут относиться, например, сиюминутное настроение человека, его представления о моде и отношении к ней, его прогнозы относительно динамики уровня собственных доходов и макроэкономической стабильности в целом. Таким фактором может стать и вроде бы абсолютно нерациональное стремление «пустить пыль в глаза». Но всё же среди всех этих факторов обязательно должен присутствовать некий инвариант, определяющий в конечном счёте решение субъекта, ключевое с позиций экономики: стоит ли обменивать отчуждаемое благо на приобретаемое? В разрабатываемой концепции в качестве такого инварианта принимается интерес субъекта к благу.

Что даёт использование понятия «интерес» в вышеописанном смысле? Основная ценность подобного нововведения сводится к следующему:

1. появляется возможность количественного измерения величины интереса рыночных субъектов к тем или иным благам;
2. на основе количественно определённых значений данной величины становится возможным построение модели оценки эффективности управленческих решений, позволяющей дополнять анализ оцениваемых альтернатив с помощью принципа максимизации интереса индивида (лица, принимающего решения от имени рыночного субъекта) к тому или иному решению.

Дабы проложить дорогу для дальнейших прикладных разработок в данной области, способных дать количественную оценку разнообразных макроэкономических явлений, необходимо теперь формализовать правило принятия хозяйственных решений субъектами рынка с учётом концепции экономического интереса. При этом будем использовать для характеристики оценки субъектом стоимости блага А величины ME_A (“monetary evaluation”, англ. «денежная оценка») и NME_A (“non-monetary evaluation”, англ. «неденежная оценка»). Для сопоставимости результатов оценку влияния неденежных факторов на стоимость блага (NME) необходимо выразить также в денежном эквиваленте, что является задачей отдельного исследования с углублённым использованием методов экономического и психологического моделирования. Соответствующие величины вводятся для характеристики оценки субъектом стоимости блага В, где в общем случае под благами А и В имеются в виду блага, участвующие в одной и той же оцениваемой сделке «с разных сторон», то есть в их качестве могут выступать два обмениваемых блага («отчуждаемое» и «приобретаемое»), либо отчуждаемое благо и получаемая взамен денежная сумма.

Итак, в соответствии с основными предпосылками концепции экономического интереса, хозяйствующий субъект всегда оценивает эффективность предлагаемой ему сделки, руководствуясь следующим правилом:

$$ME_A + NME_A \geq ME_B + NME_B,$$

где А – приобретаемое благо, В – отчуждаемое благо.

Очевидно, что наибольшую трудность для дальнейших исследований представляет нахождение достоверного статистического соответствия между качественными проявлениями неденежных факторов оценки стоимости благ и величиной NME. Оценить подобную «доплату» в денежном выражении, как предполагается, помогут лабораторные эксперименты по выявлению субъективных шкал ценности для денежных сумм с использованием современных методов психологии. Отдавая себе отчет в том, насколько широкий горизонт для исследований в данном направлении открывает предлагаемый подход, можно тем не менее надеяться, что подобная позиция принесёт осязаемую пользу для анализа макроэкономических потоков и повысит предсказательную ценность прогнозов в отношении кризисных состояний экономики.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Алле М. Условия эффективности в экономике. М.: Науч.-изд. центр “Наука для общества”, 1998.
2. Глинский Б.А., Грязнов Б.С., Дынин Б.С., Никитин Е.П. Моделирование как метод научного исследования (гносеологический анализ). М.: Издательство Московского университета, 1965.
3. Гринберг Р., Рубинштейн А. Экономическая социодинамика. М.: Институт соц. экономики, 2000.
4. Гундаров И.А. Пробуждение: пути преодоления демограф. катастрофы в России. М., 2001.
5. Кузнецов О.Л., Кузнецов П.Г., Большаков Б.Е. Система природа-общество-человек: Устойчивое развитие. Международный университет природы, общества и человека “Дубна”, 2000.
6. Лившиц В.Н., Панов С.А., Трофимова Н.В. Экономика России. Путь к устойчивому развитию // Россия, стратегия развития в XXI веке. Ч. II. М.: Ноосфера, 1997.
7. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. (Пер. И.И. Скворцова-Степанова.) Т. I. Кн. I. М.: Политиздат, 1978.
8. Павлов И. А. Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007.
9. Петти В., Смит А., Рикардо Д., Кейнс Дж., Фридмен М. Классика экономической мысли: Сочинения. М.: Издательство ЭКСМО-Пресс, 2000. (Серия «Антология мысли»).
10. Смит А. Теория нравственных чувств / Вступ. ст. Б.В. Мееровского; Подгот. текста, коммент. А.Ф. Грязнова. М.: Республика, 1997. (Б-ка этической мысли)
11. Шокин Я.В. К вопросу построения модели универсальной стоимости. Сборник докладов Третьей международной конференции «Россия: тенденции и перспективы развития», секция «Экономическая наука и экономическая политика в современной России». М.: ЦЭМИ РАН, 2002.
12. Шокин Я.В. Теория потребительского поведения: метаденежный аспект // Труды университета «Дубна»: Гуманитарные и общественные науки: Сб. статей: Вып. II. Дубна: Междунар. Ун-т природы, о-ва и человека «Дубна», 2003.
13. Шухов Н.С. Ценность и стоимость (опыт системного анализа). Вып. I. Часть I: «Проблема ценности и стоимости в зарубежной литературе». М.: Изд-во стандартов. 1994. 20 п.л.
14. Шухов Н.С. Ценность и стоимость (опыт системного анализа). Вып. I. Часть I: «Теории ценности и стоимости в отечественной экономической науке». М.: Изд-во стандартов. 1994.
15. Simon H.A. Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science // The American Economic Review. June, 1959. Vol. 49. N 3.
16. Smith V.L. Economics in the Laboratory // The Journal of Economic Perspectives. Winter, 1994. Vol. 8. N 1.
17. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions // The Journal of Business. October, 1986. Vol. 59. N 4. Part 2: The Behavioral Foundations of Economic Theory.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ*

Аннотация. В статье рассматриваются внешнеэкономические аспекты формирования в России инновационной модели развития. Приводится сравнительная характеристика развития различных отраслей экономики страны с ее зарубежными партнерами. Показывается, что интеграция субъектов в инновационную систему возможна путем привлечения зарубежных инвестиций, что сделает продукцию отечественных производителей наиболее конкурентоспособной на международном рынке.

На примере отдельного региона раскрывается инновационный потенциал, даются рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий инновационной сферы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, международный рынок, инновации, инвестиции.

O. Takhumova

Stavropol State University

INNOVATIVE ASPECTS OF INCREASING THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE RUSSIAN PRODUCTION

Abstract. The article considers the foreign-economic aspects of building an innovative development model in the Russian economy. The development of various branches of national economy has been compared with the economic situation in the countries of Russia's partners. It has been proved that foreign investments stimulate the integration of subjects into the innovative model, which will make home production more competitive in the world market. One region has been taken as an illustration to reveal the innovative potential of the Russian economy and to provide recommendations how to increase the competitiveness of the innovative sphere enterprises.

Key words: competitiveness, world market, innovations, investments.

С переходом к внешнеэкономической открытости необходимым условием выживания для большинства предприятий стало обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции. Конкретные условия и методы хозяйствования для российских компаний не одинаковы и различны в отраслях производства и хозяйственной деятельности. Однако показательно, что наиболее успешные предприятия применяют новые методы организации производства и сбыта товара, принимаемые решения носят конструктивный, технический и технологический характер.

В целом инновационный процесс в России пока не получил значительного развития [1, 34-45]. Наиболее ярко это проявляется в химической, пищевой промышленности, машиностроительном комплексе, на которые приходится почти три четверти выпуска инновационной продукции. Наряду с конкурентоспособными компаниями, производящими военную технику на международном рынке, сюда включаются и предприятия, занимающиеся автономной энергетикой, освоением космоса и т.д.

Рост промышленного производства в России связан с расширением экспортных поставок, что свидетельствует об усилении конкурентных позиций отечественной про-

* © Тахумова О.

дукции. Однако, к сожалению, этот процесс достигается в основном не за счет инноваций, а за счет низкой себестоимости по сравнению с промышленными отраслями большинства зарубежных стран. Вместе с тем хочется отметить, что в последнее десятилетие российские компании все активнее начинают расширять ассортимент, обновлять выпускаемую продукцию, что в будущем скажется и на конкурентоспособности отечественного производства. Несмотря на относительный прогресс, все же удельный вес инновационной продукции еще достаточно низок. Как показывают исследования, предприятия машиностроительной, химической отрасли наращивают масштабы сбыта своей продукции на региональных рынках и всячески предпринимают попытки выхода на внешний рынок. Надо отметить, что объем производства отечественных предприятий определяется в основном внутренним спросом и гораздо в меньшей степени зависит от зарубежных потребностей. Все это еще раз подтверждает необходимость внедрения инновационных механизмов в хозяйственную деятельность российских компаний. Для достижения поставленной цели необходимо более активно решать вопрос о привлечении инвестиций в экономику регионов. С оптимизмом можно отметить, что и в условиях ухудшения мировой конъюнктуры инвесторы не только не сворачивают ранее намеченные планы, но и продолжают наращивать объемы вложений [3, 67-79.]. Динамика развития совместного предпринимательства в течение лет объективно доказывает, что бизнес регионов готов принять серьезные инвестиции в основной капитал, а наибольший объем вложений приходится на транспортный и промышленный сектор. Один из позитивных результатов разразившегося в России и в других странах мира кризиса, в дополнение к отмеченным выше, состоит в том, что он сблизил интересы иностранных инвесторов и российских предпринимателей. Сейчас формируется потребность организации совместной деятельности по развитию производства, оказанию услуг. На данный момент существует колоссальный разрыв между тем уровнем инвестиций, который сегодня есть в экономике, и тем уровнем, который необходим для обеспечения устойчивого экономического роста и развития. Но сегодня уже недостаточно простого увеличения притока инвестиционных ресурсов, речь идет об их оптимальном использовании. В настоящее время подготовлены базовые условия для перевода экономики большинства регионов на инновационный путь развития. Данные тенденции характерны для большинства локальных систем страны, в том числе и для Ставропольского края. Интерес к данному региону определен возросшей активностью большинства хозяйствующих субъектов к инновационной деятельности. По своей сущности он обладает значительным потенциалом в различных направлениях: природными ресурсами, производственными мощностями, квалифицированной рабочей силой. Но значительный потенциал сам по себе не является гарантией социально-экономического развития. Для трансформации потенциала в развитие необходимо эффективно вовлечь все составляющие потенциала в хозяйственный оборот, сформировать среду, в которой бизнес, преследуя собственные цели, работает на общество. И здесь невозможно обойтись без инвестиций – того инструмента, который превращает потенциал – наши природные богатства, достижения науки, интеллектуальные ресурсы – в добавленную стоимость, в новые рабочие места, в рост валового регионального продукта и, в конечном итоге, в достойный уровень жизни наших граждан. С давних пор у Ставропольского края репутация хлебной житницы России. Правда, есть мнение, что аграрным регионом сейчас быть как бы уже «не модно». Но мировой продовольственный кризис говорит нам совершенно обратное. Можно с уверенностью утверждать, что уже вскоре сельскохозяйственный потенциал России может стать новым фактором укрепления позиций страны на международной арене. И правительство готово этому содействовать. Безусловно, в ряду конкурентных преимуществ – туристическая привлекательность края.

Одна из стратегических задач – отказ от однобокого движения региона, ориентированного на аграрную и курортную отрасли. Придание региональному тренду инновационных качеств. Появление инновационных проектов, продуктов и принципов работы. Эта идеология закладывается в стратегию развития края до 2020 г.

Ставропольский край позиционирует себя как южный фокус привлечения инвестиций. Готовность поддерживать инвесторов – не просто слова. Это реальная нормативно-правовая проработка местного законодательства, а такого рода гарантии всегда лучше устных обещаний.

На Ставрополье довольно успешно продвигается процесс развития региональной инновационной системы. Это подтверждается тем, что край закрепился в двадцатке территорий инновационного развития РФ, стал победителем конкурсного проекта EuropeAid и активно участвует в программах Фонда Бортника (в рамках программы «Старт» край демонстрирует лучший показатель в ЮФО). По данным ВЦИОМа (Всемирский центр изучения общественного мнения), проводившего социологическое исследование по изучению комфортности ведения бизнеса в 80 регионах России, Ставропольский край на почетном третьем месте в стране, кроме того, край получил высокую оценку международного рейтингового агентства «Standard & Poor's». Региону присвоен долгосрочный инвестиционный рейтинг «В» с прогнозом «стабильный». По заключению экспертов агентства, такой уровень нам обеспечивают: низкий долг, улучшающийся финансовый менеджмент и быстрорастущая экономика Ставрополья.

Внешняя экспертная оценка показала, что у нас большой потенциал не только в сфере производства зерна, но и в сфере новых технологий. А внедрение этих новых технологий позволит решить сразу две задачи: во-первых, повысить качество производимой в крае продукции, а во-вторых — снизить затраты на ее производство.

У нашего региона хорошие стартовые условия для подготовки высококвалифицированных специалистов в области инноваций и инвестиций.

К нынешнему сложному периоду в развитии мировой экономики Ставрополье подошло достаточно подготовленным. Главное, что удалось сделать правительственной команде – это создать по-настоящему привлекательный инвестиционный климат, направить существенные вложения в реальный сектор, сформировав тем самым финансовую «подушку безопасности» для краевых производителей, которая в нынешней ситуации «амортизирует» кризисные явления.

Свою роль сыграла модернизация регионального законодательства – целый пакет соответствующих законопроектов, среди которых можно выделить базовый закон «Об инвестиционной деятельности в Ставропольском крае». В оперативном порядке разрабатываются и другие важные законы – о создании залоговых, инвестиционных и гарантийных фондов.

Политика открытости и заинтересованности в инвестициях уже привела к весомой отдаче. В крае с крупными инвестиционными проектами появились такие гиганты мирового бизнеса, как Metro Group, Saint Gobain Oberland, развивает свое производство один из лидеров пищевой индустрии Heinz, крупные вложения производятся в сельское хозяйство.

В настоящее время подготовлены базовые условия для перевода экономики Ставропольского края на инновационный путь развития.

1. По результатам проведенного мониторинга региональных инновационных систем, Ставропольский край включен в перечень 19-ти территорий инновационного развития РФ.

2. Ставропольский край регулярно принимает участие в Российских и международных выставках и форумах, и неизменно разработки ставропольских авторов

получают высокую оценку международных экспертов; так, на VIII Московском международном салоне инноваций и инвестиций 47 разработок отмечены золотыми и серебряными медалями, на XIV международной выставке-конгрессе «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции» в г. Санкт-Петербурге 68 разработок отмечены золотыми и серебряными медалями.

3. Регулярно проходит переподготовка кадров для инновационной сферы.

4. Ежегодно проводится межрегиональная конференция «Роль инноваций в развитии региона» и венчурная ярмарка.

5. Работает постояннодействующая выставка «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции в Ставропольском крае».

6. Издаются методические и справочные материалы об инновационной деятельности в Ставропольском крае, каталоги инновационных проектов и другие.

7. Проводятся исследования инновационной сферы Ставропольского края.

В Ставропольском крае переход к «экономике знаний» до 2020 г. предполагается осуществить с помощью построения эффективной региональной инновационной системы и программ государственно-частного партнерства, обеспечивающих технологические прорывы в приоритетных областях развития технологий – биотехнологии, нанотехнологии, инфокоммуникационные технологии. Как представляется, основой программ должны стать интеграционные (кластерообразующие) проекты, объединяющие исследования и разработки ученых – специалистов различных направлений и представителей высокотехнологичных производств.

Таким образом, можно сделать вывод, что для конкурентирования регионов России с зарубежными компаниями необходимо решение ряда задач, связанных с внедрением новых технологий в производство, применением иных методов ведения хозяйственной деятельности. Не созданы условия по взаимодействию научных и образовательных организаций с предприятиями большого, среднего и малого бизнеса в вопросах реализации инновационных проектов. В недостаточной степени оказывается содействие в доведении инновационных разработок до уровня серийного производства высокотехнологичной инновационной продукции.

При опоре на собственный научно-технологический потенциал России необходимо в то же время последовательно интегрироваться в формирующееся глобальное экономическое и технологическое пространство. Практикой многих стран доказано, что это эффективный способ приобщиться к мировым научно-техническим достижениям и вывести экономику на передовые рубежи прогресса.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Денисов Ю.Д., Кудров В.М. Три центра мирового научно-технического лидерства: сопоставительный анализ. Доклады института Европы РАН № 103. М., 2002.
2. Орешкин В.А. Внешнеэкономический комплекс России в условиях интеграции в мировое хозяйство // ИМЭМО РАН. 2002.
3. Проблемы эффективной интеграции научно-технологического потенциала России в мировое хозяйство / Под общ. ред. С.А. Ситаряна. М.: Издательство ЛКИ, 2008.

УДК 336.714

Шепелев С.В.

Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (г. Москва)

ЭКСПОРТ ЧАСТНЫХ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ИЗ РОССИИ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА*

Аннотация. Автор анализирует тенденции и проблемы, с которыми российские ТНК столкнулись в условиях мирового финансового кризиса в процессе осуществления своей деятельности по инвестированию средств в зарубежный материальный сектор, а также подвергает актуализации вопрос о роли и месте государства в этом процессе на современном этапе.

Ключевые слова: транснациональные компании, мировая экономика, мировой финансовый кризис, российский капитал, прямые иностранные инвестиции, транснациональные сделки, государственная политика, страхование инвестиций.

S. Shepelev

All-Russian Scientific Research Conjuncture Institute

EXPORT PRIVATE DIRECT FOREIGN INVESTMENTS OUT RUSSIAN IN THE
WORLD FINANCIAL CRISIS

Abstract. The author analyses the trends and problems the Russian TNC are confronted with in the conditions of the global financial crisis while investing assets in foreign producing sector. He also specifies the importance of state support to this process.

Key words: Transnational corporations, world economy, global financial crisis, Russian capital, direct foreign investments, foreign investment transactions, government policy, investment insurance.

Мировой финансовый кризис, источником зарождения которого явился перегрев рынка ипотечного кредитования в США, начиная с 2008 г. привел к замедлению развития мировой экономики, проблемам с кредитованием и снижению прибылей корпораций. В этих условиях многие транснациональные компании (ТНК) вынуждены были существенно скорректировать свои инвестиционные программы на кратко- и среднесрочную перспективу, что, в свою очередь, не могло не сказаться на объемах прямых трансграничных вложениях мировых компаний в зарубежные производительные активы. Причем, если в I полугодии 2008 г. в силу глубокой взаимной интегрированности американской и европейской экономик мировой финансовый кризис первоначально «покрывал» своим негативным воздействием прежде всего финансовые системы США и развитых стран Европы (особенно стран Еврозоны), к лету 2008 г. глобальный финансовый кризис охватил не только развитые страны, но и, «по принципу домино», с разной степенью интенсивности и глубины воздействия – многие развивающиеся и страны с переходной экономикой. Согласно ежегодному «Докладу о мировых инвестициях», подготовленному ЮНКТАД в 2009 г., глобальные показатели вывоза ТНК прямых иностранных инвестиций (далее – ПИИ) упали со своего рекордно высокого уровня в размере 2,147 трлн. долл. в 2007 г. до 1,858 трлн. долл. в 2008 г. [8, 247-250].

Российский предпринимательский сектор, выступая в последние годы все более активным участником глобализационных процессов в области мирового вывоза ПИИ, также оказался в поле расширяющего свое негативное влияние мирового финансового

* © Шепелев С.В.

кризиса. Тем не менее, с точки зрения международного позиционирования, в этом процессе РФ удалось (на фоне значительного падения инвестиционной активности прежде всего со стороны крупнейших западных стран – доноров ПИИ) не только сохранить свои конкурентные позиции, но и по некоторым показателям их улучшить. Так, например, по данным ЮНКТАД, доля РФ в мировом экспорте ПИИ возросла с 2,1% в 2007 г. до 2,8% по итогам 2008 г., что, в свою очередь, переместило страну по этому международному показателю на 12-е место в мире, против 13-й строчки в 2007 г. [8, 247-250].

Однако в масштабах национальной экономики для российских инвесторов, осуществляющих свою инвестиционную деятельность в зарубежный материальный сектор ситуация осложнилась. Вступив в фазу острого дефицита свободных финансовых ресурсов, российский бизнес оказался не в состоянии поддерживать на докризисном уровне динамику транснациональной деятельности по инвестированию средств в зарубежный материальный сектор.

Наиболее уязвимыми в условиях мирового финансового кризиса оказались прежде всего ТНК сырьевых отраслей российской экономики. Именно в этих секторах экономики, продолжающих обладать (на фоне устойчивого в целом мирового спроса на природные ресурсы и продукты их первичной переработки) серьезными конкурентными преимуществами и испытывающих на себе влияние глобальных процессов консолидации, сформировались наиболее крупные ТНК, определяющие, по существу, в условиях переходного периода реформирования экономики РФ, масштабы и динамику зарубежной инвестиционной экспансии отечественного частного бизнеса. Аккумулируя в докризисный период крайне благоприятной товарной конъюнктуры значительные избыточные доходы от экспорта сырьевых товаров (особенно энергоносителей) и широко используя возможности привлечения все более дешевых (в условиях существенного реального укрепления обменного курса национальной валюты) заемных средств у зарубежных кредиторов (зачастую на условиях залога ценных бумаг и корректировки залога в случае снижения его рыночной стоимости), нефтегазовые, металлургические и горнодобывающие компании осуществляли масштабные инвестиции в материальный сектор зарубежной экономики, в том числе финансировали, по оценкам, до 75% общего объема транснациональных сделок российских ТНК. [7, 46-47]. Таким образом, инвестиционная экспансия крупных ТНК сырьевых отраслей становилась все более зависимой от состояния мировой конъюнктуры, в том числе от положения на финансовых (включая фондовые) рынках [1].

Распространение влияния мирового финансового кризиса уже к августу 2008 г. начало заметно сказываться на масштабах и динамике внешней экспансии российского бизнеса. В условиях значительного ухудшения мировой товарной конъюнктуры (особенно по энергоресурсам и металлам), конъюнктуры на фондовых биржах (обвального падения рыночной стоимости обращающихся корпоративных ценных бумаг) и рынках ссудного капитала (значительного удорожания заемных средств) многие (особенно крупные) российские ТНК сырьевых отраслей экономики столкнулись с необходимостью пересмотра своих производственных и финансовых планов.

Для стабилизации финансово-экономического состояния и повышения эффективности инвестиционной деятельности многие запланированные российскими компаниями транснациональные сделки и проекты, в том числе в странах, где уже удалось закрепиться в предыдущие годы, вынужденно были отложены. К таким сделкам относятся, например, так и не состоявшаяся в конце 2008 г. покупка металлургической компанией «НЛМК» 100%-го пакета акций у группы зарубежных инвесторов крупнейшей независимой североамериканской трубной компании «John Maneely Company» за 3,53 млрд. долл. [5].

По ряду уже открытых транснациональных сделок удалось договориться с парт-

нерами о частичной рассрочке платежей, что, однако, далеко не всегда впоследствии заканчивалось успешной реализацией достигнутых договоренностей. Так, например, нефтегазовая компания «Лукойл», договорившись с зарубежным контрагентом о годовой рассрочке платежа, к осени 2009 г. смогла результативно для своей транснациональной деятельности закрыть сделку по покупке у итальянской компании «ERG S.p.A.» 49% акций крупнейшего сицилийского нефтеперерабатывающего комплекса «ISAB» за 1,347 млрд. евро [5].

В то же время металлургическая и горнодобывающая компания «Евраз» не смогла осуществить один из наиболее масштабных транснациональных проектов (позволяющих значительно расширить географию рынка сбыта своей продукции) на 1,5 млрд. долл. Приобретя в I половине 2008 г. 10,01% акций крупного китайского производителя стали и металлотрейдера, компании «Delong Holding», российский инвестор так и не смог довести к августу 2009 г. долю своего участия в ее капитале до предусмотренного условиями опциона уровня в 51% [5].

Однако в ряде случаев в условиях дефицита свободных средств и невозможности договориться о рефинансировании значительных внешних обязательств перед кредиторами, российские ТНК были вынуждены для погашения задолженности зачастую идти на радикальную реструктуризацию инвестиционных портфелей посредством распродажи определенной части зарубежных активов. В числе таких сделок, например, можно привести отказ в пользу кредиторов осенью 2008 г. российского холдинга «Базовый элемент» от заложенных им ранее в качестве кредитного обеспечения пакетов акций ряда крупных зарубежных производительных активов (приобретенных годом ранее через подконтрольные компании на общую сумму 2,24 млрд. долл.), в том числе блокирующего пакета акций канадского производителя автокомпонентов «Magna» и 9,99% акций немецкого строительного холдинга «Hochtief» [5].

Отмеченные тенденции нашли свое отражение в национальной статистике. Несмотря на то, что в ежегодно подготавливаемом Банком России платежном балансе (ПБ) страны по итогам 2008 г. был зафиксирован очередной абсолютный максимум по объемам вывоза частных ПИИ из России в размере порядка 56,2 млрд. долл. (против 49,3 млрд. долл. в 2007 г.), интенсивность вывоза за рубеж отечественными ТНК ПИИ уже во II полугодии 2008 г. значительно снизилась (почти в 1,5 раза) – до 22,9 млрд. долл. (против 33,3 млрд. долл. в I полугодии того же года), отражая, тем самым, вхождение российского бизнеса в период более умеренных инвестиционных возможностей при осуществлении прямых капитальных вложений в зарубежный материальный сектор. По данным ЦБ РФ, вывоз частным сектором российских ПИИ в 2009 г. сложился на уровне порядка 46,7 млрд. долл., что заметно ниже аналогичных показателей в 2007-2008 гг. [9].

По накопленным частным сектором за рубежом ПИИ статистическая картина оказалась еще более негативной. По данным ЦБ РФ, в стоимостном выражении данный показатель сократился до порядка 206 млрд. долл. к началу 2009 г. (против порядка 374 млрд. долл. на начало 2008 г.), или более чем в 1,8 раза [9].

Значительное снижение данного показателя было вызвано прежде всего обвальным падением рыночной стоимости зарубежного инвестиционного портфеля российских ТНК, особенно вложенных в производительные активы североамериканских и западноевропейских стран, наиболее сильно пострадавших от мирового финансового кризиса. По данным агентства «РБК. Рейтинг», только на таких крупнейших западных площадках мира, как Лондонская фондовая биржа (LSE) и Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE), фондовые индексы (характеризующие уровень капитализации компаний) в 2008 г. значительно снизились – на 31,33% (индекс UK FTSE 100) и 40,89% (индекс NYSE Comp.) соответственно [6].

Кроме того, к факторам, оказавшим понижающее влияние на стоимостной показатель накопленных за рубежом ПИИ, следует также отнести и вынужденную распродажу определенной частью российского бизнеса ранее приобретенных за рубежом производительных активов.

Если говорить о причинах сохраняющейся в условиях кризиса деятельности российских ТНК по инвестированию средств в зарубежный материальный сектор, то следует указать на наличие ряда факторов, преимущественно способствующих поддержанию у определенной их части сравнительно умеренной транснациональной активности.

Во-первых, предпринятый с конца 2008 г. правительством РФ комплекс антикризисных мер по финансовому оздоровлению состояния национальной кредитно-финансовой системы и реального сектора экономики (в том числе в форме предоставления через институт уполномоченных банков финансовой помощи некоторым оказавшимся в наиболее тяжелом положении кредитным организациям и компаниям), с одной стороны, сделал относительно доступным рынок кредитования в стране, с другой стороны, позволил ряду компаний (прежде всего крупным сырьевым) вести переговоры с кредиторами по реструктуризации своей значительной внешней задолженности.

Во-вторых, уже начиная со II квартала 2009 г. наметилась устойчивая тенденция к постепенному улучшению мировой товарной конъюнктуры (особенно по энергоносителям и цветным металлам), что позитивно сказалось на прибылях компаний сырьевого сектора, их рыночной капитализации и возможностях привлечения новых займов на внутреннем и внешнем рынках.

Указанные факторы, в сочетании с возможностью приобретения за рубежом существенно подешевевших зарубежных материальных активов, предопределили стремление ряда российских ТНК, и прежде всего ряда сырьевых компаний, продолжать осуществлять в этом направлении свою транснациональную деятельность.

В этот период некоторые крупные российские ТНК «первого эшелона» смогли сравнительно экономично и стратегически конструктивно осуществлять ряд транснациональных сделок по приобретению производительных зарубежных активов. Так, например, металлургическая и горнодобывающая компания «Мечел», в стремлении расширить свои ресурсные возможности за счет мобилизации зарубежного потенциала, результативно для своей производственной деятельности смогла в мае 2009 г. закрыть сделку по приобретению 100%-го пакета акций крупной американской угольной компании «Bluestone Coal» за 870 млн. долл. (с учетом долговой нагрузки и выпуска привилегированных акций «Мечела» для бывших владельцев зарубежного актива), против изначально запрошенной цены за американский актив в размере около 4 млрд. долл. [5].

Российские компании «второго эшелона», представленные преимущественно сырьевым сектором, также продолжают в условиях финансового кризиса проявлять интерес к инвестированию капиталов в зарубежный материальный сектор. Однако их вовлеченность в этот процесс по-прежнему упирается прежде всего в проблему недостаточной концентрации в бизнесе капитала, поэтому их инвестиционная деятельность продолжает характеризоваться в целом не столь масштабными приобретениями. В то же время осуществление сделок в условиях относительно подешевевших зарубежных активов отразилось на интенсивности транснациональной деятельности этой группы компаний (некоторые из которых осуществляли транснациональные сделки впервые) [2].

Особенно активизировались компании в тех отраслях, которые оказались менее чувствительны к циклам деловой активности и действуют на рынках со сравнительно стабильным спросом (такие как агропромышленный комплекс, фармацевтическая промышленность и некоторые смежные с ней отрасли, многие сектора услуг). На этом фоне, например, производитель косметической продукции и средств личной гигиены концерн

«Калина» к началу 2010 г. смог полностью консолидировать в своей собственности 100% акций известного немецкого брендового производителя косметики и парфюмерии «Dr. Scheller Cosmetics AG»; производитель сельхозтехники концерн «Тракторные заводы» в третьем квартале 2009 г. приобрел 74% акций немецкого чугунолитейного предприятия «Luitpoldhutte A.G.» (выпускает технически сложные и крупногабаритные детали из серого чугуна в основном для сельскохозяйственной техники) [5].

Финансовый кризис актуализировал в РФ вопрос о роли и месте государства в процессе осуществления отечественными компаниями транснациональной деятельности по инвестированию капиталов в реальный сектор зарубежной экономики. В настоящее время деятельность органов власти ограничивается программой содействия развитию российского экспорта товаров и услуг. В то же время в правительственном арсенале отсутствуют сколько-нибудь серьезные инструменты содействия выходу российского капитала на мировые рынки. При этом практически все страны - члены ОЭСР и основные конкуренты РФ из БРИК активно применяют (через институт экспортно-кредитных агентств) меры господдержки (в том числе финансовой) национального капитала на внешних рынках.

В этой связи в правительстве разработан проект Концепции по созданию уже в 2010 г. на базе ГК «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» новой финансовой структуры (со 100%-м участием государства) – специализированного Агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций. Согласно проекту Концепции, в функции Агентства будет входить (наряду с прочими страховыми услугами) осуществление поддержки инвестиционных проектов российского бизнеса за рубежом в виде страхования инвестиций от политических рисков. Однако реальное внедрение этого гарантийно-страхового инструмента предлагается не ранее 2015 г., поскольку именно тогда, по мнению разработчиков, капитализация Агентства достигнет приемлемого уровня, сопоставимого с уровнем капитализации ведущих аналогичных зарубежных структур. Кроме того, к этому времени Агентство будет обладать достаточным опытом, соответствующим страховым портфелем и крупным резервным фондом, репутацией российского игрока на рынке страхования экспорта [1; 3]. То есть на первом этапе своего функционирования (оцениваемом разработчиками Концепции в достаточно длительный период времени) Агентству предстоит сосредоточиться на предоставлении гарантийно-страховой помощи по обслуживанию собственно экспортных операций. В случае утверждения правительством данного документа в предлагаемом виде, по мнению автора, можно говорить о существенном «размывании» срочности применения в РФ одного из действенных инструментов финансовой поддержки инвестиционных проектов частного бизнеса за рубежом – страхования частных ПИИ с высоким уровнем политических рисков.

В тоже время по поручению наблюдательного совета структурное дочернее подразделение ГК «Внешэкономбанк» – ЗАО «Росэксимбанк» представило обновленный вариант Основных направлений (Концепцию) своего развития на последующие годы в области оказания комплексной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции в стране. Согласно проекту документа, руководство ЗАО «Росэксимбанк» также предлагает в дальнейшей своей деятельности расширить перечень оказываемых услуг за счет предоставления российским компаниям, осуществляющим прямые инвестиции за границей, возможности получать государственные гарантии инвестиций от политических рисков [1; 4]. По мнению автора, дублирование в этой области и пересечение функций между специализированными структурами ГК «Внешэкономбанк» (Агентством по страхованию экспортных кредитов и инвестиций и ЗАО «Росэксимбанк») будет иметь скорее «распыляющий» эффект и не принесет ожидаемого результата от внедрения в стране финансового (гарантийного) инструментария поддержки российского бизнеса за рубежом.

Если говорить комплексно о создании действенной системы государственного содействия транснациональной деятельности российского частного капитала за рубежом, то, по мнению автора, она должна предполагать наличие широкого набора инструментов поддержки – от информационного и дипломатического сопровождения российских инвестиций до финансового содействия этому процессу (причем желательно в самых разнообразных формах, включая кредитование, субсидирование процентных ставок, страхование от политических рисков и др.).

Совершенно очевидно, что финансово устойчивые и достаточно опытные крупные российские компании (в основном сырьевого сектора экономики) в большей степени нуждаются в господдержке в виде дипломатического лоббирования их интересов за рубежом. В то же время зарождающиеся в РФ менее крупные ТНК, с их сравнительно небольшим финансовым потенциалом и недостаточной опытностью и информированностью о внешних рынках при осуществлении инвестиционных вложений в зарубежные производительные активы нуждаются в более широкой господдержке.

Если говорить о наиболее действенном инструменте содействия инвестициям – финансовой поддержке, то с учетом международного опыта приоритет в этой области целесообразно, прежде всего, отдавать: (1) проектам, увеличивающим обеспеченность национальной экономики природными ресурсами; (2) проектам, способствующим экспорту национальных технологий, товаров и услуг; (3) приобретению активов, позволяющих использовать в национальной экономике результаты зарубежных исследований, технологические разработки, опыт управления и иностранных специалистов; (4) слияниям и поглощениям, повышающим конкурентоспособность отечественных компаний и ускорению их выхода на зарубежные рынки.

Государственная идеология содействия проникновению российского капитала в зарубежные производительные активы должна также предусматривать более активное использование потенциала российских загранпредставительств (в том числе через расширение области их присутствия в наиболее крупных и значимых для РФ государствах, где они уже учреждены, в виде открытия отделений в разных районах страны пребывания).

Важное место должно отводиться взаимодействию государства со способствующими усилению транснациональных потоков специализированными международными организациями – Международным агентством по инвестиционным гарантиям (МИГА) и Международным центром по урегулированию инвестиционных споров (МЦУИС).

Не менее значимая роль в содействии проникновению российского капитала в экономику зарубежных стран должна принадлежать деятельности государства по извлечению большей выгоды от членства в межстрановых интеграционных объединениях, предполагающих возможность выхода на более высокий уровень интеграции – создание свободного рынка передвижения товарных и капитальных потоков (ЕврАзЭС, СГ РФ и РБ и др.).

Работа по расширению практики применения механизма урегулирования задолженности государств-должников перед РФ через механизм конверсии их долгов в собственность и инвестиции также должна являться составной частью государственной политики по продвижению российского капитала в реальный сектор зарубежной экономики.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Зарубежные инвестиции российских компаний в условиях кризиса// «БИКИ», №98. 2009.
2. Кузнецов А.В. Зарубежные инвестиции российских компаний в условиях кризиса: что дальше?//Информационно-аналитический портал Фонда исторической перспективы «Перспективы». URL:<http://www.perspektivy.info/rus/ekob/> март, 2009.

3. Проект Концепции создания Агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (рабочие материалы Правительства РФ, располагаемые ВНИКИ как экспертной и консалтинговой организации), январь, 2010.
4. Проект Концепции развития Государственного специализированного Российского экспортно-импортного банка (рабочие материалы Правления Росэксимбанка, располагаемые ВНИКИ как экспертной и консалтинговой организации), январь, 2010.
5. Новости слияний и поглощений (M@A)// URL:<http://www.maonline.ru/mna/>
6. Фондовые рынки мира – итоги 2008 года. // URL:<http://rating.rbc.ru/article.shtml?2009/01/13/32268095>.
7. Шепелев С.В. Деятельность российских ТНК за рубежом в начале нового тысячелетия: тенденции и перспективы// «Вестник ГУУ» (Серия «Национальная и мировая экономика»). №2. 2007.
8. World Investment Report 2009. Transnational Corporations, Agricultural Production and Development. N.Y., Geneva: UNCTAD, 2009.
9. URL:<http://www.cbr.ru/statistics/>

РАЗДЕЛ II ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 339.137.2 (470.62).009.12

Овчаренко Н.А.

Краснодарский кооперативный институт

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА КАК УПРАВЛЯЕМЫЙ НОСИТЕЛЬ КОНКУРЕНТНЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРАНЫ*

Аннотация. Статья посвящена проблемам создания и управления развитием конкурентной среды промышленных предприятий, которая становится объектом стратегического управленческого воздействия в целях обеспечения результативности и эффективности конкурентных процессов в промышленности страны. Автором предложены основные принципы формирования конкурентной среды в промышленности страны, охарактеризована методология создания и администрирования конкурентной среды промышленных предприятий, выделены и проанализированы методы стимулирования конкурентного поведения потребителей.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная среда, промышленность, результативность конкурентных процессов, эффективность конкурентных процессов.

N. Ovcharenko

Kuban Institute of Cooperation

COMPETITIVE ENVIRONMENT AS THE OBJECT OF MANAGEMENT IN NATIONAL INDUSTRY

Abstract. The article is concerned with the problem of creating and managing the industrial competitive environment, which becomes the object of strategic administrative control to provide productivity and efficiency of competitive processes in national industry. The author advances the key principles of the mentioned environment to be based on and characterizes the methodology of its creation and administration as well as methods to stimulate consumers' competitive behavior.

Key words: competition, competitive environment, industry, efficiency of competition.

Опыт реализации рыночной модели хозяйствования в промышленности России и попытки внедрения в ней базовых принципов рынка является неоднозначным, в нем можно выделить как положительные, так и отрицательные аспекты. Следует признать, что конкуренция в промышленности страны развита недостаточно, в силу ряда объективных и субъективных причин, она остается плохо управляемым инструментом, не обеспечивающим поступательный характер экономического развития промышленного сектора. Собственно конкурентной активностью промышленных предприятий можно считать только поисково-инновационную форму конкуренции между промышленными предприятиями. Значимой народнохозяйственной проблемой, имеющей существенное значение для развития национальной экономики и входящих в нее секторов, прежде всего промышленности, является определение пределов результативности и эффективности

* © Овчаренко Н.А.

ти применения конкуренции в практике народнохозяйственного управления, создание полноценной конкурентной среды, обеспечивающей управляемый вектор развития конкурентных процессов, направленных на последовательное достижение стратегических приоритетов национального экономического развития.

Суть проблемы использования конкуренции в числе базовых принципов модели хозяйствования состоит в обеспечении интегрального эффекта от конкуренции между промышленными предприятиями, который должен обеспечить ускоренное развитие промышленности страны, вывести отечественные предприятия на мировой уровень производительности и конкурентоспособности. Ускоренное развитие должно быть обеспечено активизацией поисково-инновационного потенциала в конкурентной деятельности предприятий, что облегчит процесс выработки и реализации конкурентных преимуществ, направленный на победу в конкурентной борьбе на внутреннем и мировых рынках важнейших видов промышленной продукции. Исходным пунктом активизации конкурентных процессов в промышленности страны должно стать создание, а впоследствии – непрерывная модернизация конкурентной среды, обеспечивающее результативное и эффективное использование инструментов и методов конкуренции в деятельности промышленных предприятий.

Сами по себе конкурентные процессы могут развиваться в четырех направлениях, каждое из которых характеризуется определенным набором показателей оценки и соответствующей результативностью. Направления добросовестной конкуренции и инновационной конкурентной деятельности образуют вектор конкурентного развития. Направления недобросовестной конкуренции и антиконкурентных действий образуют вектор антиконкурентного поведения. Объектом управляющего воздействия на конкурентные процессы в промышленности страны, в авторской трактовке, является конкурентная среда как носитель конкурентных процессов. Такой подход позволяет перейти к созданию и развитию полноценной управляемой конкурентной среды, обеспечивающей результативность и эффективность применения конкурентных механизмов в промышленности страны с учетом специфики актуальных целей и задач стратегического развития индустриального сектора. Конкурентная среда становится объектом стратегического управления, обеспечивающим результативность и эффективность управляемых конкурентных процессов.

Существующие научные взгляды на природу конкурентной среды в промышленности и методологические подходы к ее организации и развитию можно охарактеризовать следующим образом. Классическая модель конкурентной среды приведена М. Портером в фундаментальном труде «Конкуренция» и основывается на «национальном ромбе» (детерминантах конкурентного преимущества стран) [3, 149].

Основу конкурентных преимуществ страны составляют четыре «атрибута»:

1) условия для факторов; позиция страны в факторах производства, таких, как наличие квалифицированной рабочей силы или инфраструктуры, необходимых для ведения конкурентной борьбы в данной отрасли;

2) состояние спроса; характер спроса на внутреннем рынке для отраслевого продукта или услуг;

3) родственные и поддерживающие отрасли; наличие или отсутствие в данной стране отраслей-поставщиков или других сопутствующих отраслей, конкурентоспособных на международном уровне;

4) устойчивая стратегия, структура и соперничество; существующие в стране условия создания, организации и управления компаниями, а также характер внутренней конкуренции.

Эти факторы обуславливают возникновение национальной среды, в которой компа-

нии зарождаются и обучаются конкурировать [2, 176].

Несомненным достоинством модели М. Портера является выделение основных детерминантов конкурентной среды и попытка рассмотрения их во взаимосвязи и взаимозависимости. Отметим при этом, что использовать приведенную модель в практике народнохозяйственного управления затруднительно, она носит описательный характер и сводится к описанию возможных вариантов влияния отдельных факторов на конъюнктуру конкурентной среды.

По определению Е.А. Павловой, конкурентная среда по своей сущности выражает совокупность рыночных конкурентных отношений между субъектами рынка по их участию в создании условий, обеспечивающих реализацию своих конкурентных преимуществ. Субъектами конкурентной среды являются все участники рынка, в том числе поставщики, конкуренты, как действующие, так и потенциальные, потребители товаров, государство. Объектом конкурентной среды выступают конкурентные преимущества.

Характерными чертами конкурентной среды являются:

- 1) степень конкурентности;
- 2) динамичность;
- 3) враждебность [1, 9].

Из определения Е.А. Павловой следует, что конкурентная среда полностью определяется субъектами рынка и направлена на реализацию их конкурентных преимуществ, что представляется нам существенным упрощением. Конкурентная среда рынка не ограничена сферой предложения и зависит, прежде всего, от объемов и особенностей платежеспособного спроса, на основании которого возможна реализация конкурентных бизнес-процессов.

Не отрицая оригинальность авторской концепции, следует отметить описательность в отношении основных функций конкурентной среды. Предположение о составе и содержании функций конкурентной среды в работе Е.А. Павловой не подкреплено анализом фактического материала, который мог бы охарактеризовать степень реализации конкурентной функции в современной российской конкурентной среде.

По оценке Е.А. Павловой, конкурентной среде российских товарных рынков присущи следующие характерные особенности:

а) низкая степень конкурентности как следствие высокой монополизации товарных рынков, проявляющаяся в их высокой концентрации, росте цен на товары и услуги при одновременно существующем низком их качестве;

б) высокая степень враждебности для функционирующих в ней хозяйствующих субъектов из за существующей их неэффективной деловой среды, препятствующей формированию сравнительных преимуществ и поэтому провоцирующей использование ими методов недобросовестной конкуренции;

в) низкая степень экономической свободы хозяйствующих субъектов, вызванная: наличием высоких специфических входных барьеров, во многом обусловленных современным состоянием товарных рынков, их неразвитостью, криминальной и компрадорской направленностью; представлением государством различного рода льгот и привилегий низкорентабельным и убыточным предприятиям, полученных в результате их лоббистской деятельности [1, 15].

К сожалению, авторские выводы не подкреплены экономическими расчетами или методикой оценки качества конкурентной среды, а низкая степень экономической свободы имеет, например, к конкурентной среде вспомогательное отношение. Кроме того, на каждом важнейшем рынке промышленной продукции действуют свои специфические конкурентные закономерности.

По определению Н.Н. Усик, конкурентная среда – это институциональные условия

деятельности субъектов рынка, обеспечивающие их конкурентоспособность [4, 9]. Ее трактовка конкурентной среды отличается тем, что на первое место ставятся координационные усилия институтов по обеспечению механизмов конкуренции в экономике, но с учетом конституирующих и регулирующих принципов. Поэтому управление процессом формирования конкурентной среды в России заключается в обеспечении механизма конкуренции как принципа координации деятельности субъектов рынка. Роль состоит в создании институциональных условий для развития рыночных отношений в обществе на конкурентной основе. Целью такого управления является увязка доходов бизнеса и эффективности, т. е. согласования интересов труда и капитала.

В определении Н.Н. Усик заложено определенное противоречие: механизм конкуренции рассматривается как принцип координации, т.е. имеет место путаница научных терминов. По мнению автора, получается, что разработка и реализация конкурентной политики (которая у Н.Н. Усик тождественна антимонопольной политике, что является очень существенным упрощением экономической действительности), возможна только после формирования конкурентной среды, что дискуссионно. На наш взгляд, не вполне корректно ограничивать конкурентную среду ее структурным анализом без учета поведенческой и, прежде всего, инновационной составляющих конкурентной деятельности промышленных предприятий. В трактовке Н.Н. Усик, конкурентная политика должна быть ограничена сферами защиты конкуренции и конкурентного законодательства, хотя на самом деле сферы применения конкурентной политики гораздо шире. Например, Якунин В.И., Сулакшин С.С., Фонарева Н.Е., Тотьева К.Ю. приводят гораздо более широкий набор целей и ценностей конкурентной политики (табл. 1) [5, 13-14].

Таблица 1

Цели и ценности конкурентной политики

Ценностные цели	Операционные цели
Прогресс российского рынка	Увеличение числа хозяйствующих субъектов
	Повышение качества предоставляемых товаров, работ, услуг
Качество экономического развития	Ликвидация диспропорций развития
	Достижение необходимых пропорций развития
Выравнивание условий конкуренции	Совершенствование мер по защите конкурентных отношений и интересов участников рынка
Повышение конкурентоспособности российского бизнеса на внутреннем и внешнем рынках	Положительный внешний имидж России
	Высокий инвестиционный рейтинг
	Инвестиционная привлекательность
Ориентация на защиту конкурентных отношений и конкурентной среды	Преодоление преимущественно санкционного характера российского антимонопольного законодательства
Открытие новых знаний	Ресурсы, рынки, технологии

Подводя итог сказанному, отметим, что существующий уровень методологии создания и администрирования конкурентной среды промышленных предприятий является явно недостаточным для ее прикладного использования при проектировании программ стратегического государственного управления промышленностью страны, направленных на качественный рост результативности и эффективности конкурентных процессов. Резервы совершенствования методологии создания и администрирования конкурентной

среды промышленных предприятий заложены в расширении научных представлений о структуре и закономерностях конкурентной среды, принципах функционирования управляемой конкурентной среды, предложении системы результативных методов, обеспечивающих управляемость конкурентной среды промышленных предприятий и ее направленность на обеспечение результативности и эффективности конкурентных процессов в промышленности страны.

Проведенное исследование позволило сформулировать авторское видение методологии создания и модернизации конкурентной среды в промышленности страны.

Нами предлагаются следующие принципы формирования конкурентной среды, обеспечивающие результативность и эффективность протекающих в ней конкурентных процессов.

1) Обеспечение высокого уровня удовлетворения конкурентного потребительского спроса (по критерию максимума цена/качества) за счет российских производителей важнейших видов промышленной продукции, минимизация присутствия импорта на внутреннем рынке, импортозамещение.

2) Обеспечение минимума непроизводительных (не относящихся к конкурентной деятельности) затрат ресурсов в деятельности промышленных предприятий.

3) Обеспечение минимума уровней управления конкурирующими промышленными предприятиями и минимизация управленческих расходов.

4) Обеспечение полного охвата экономически эффективных сегментов конкурентного платежеспособного спроса.

5) Обеспечение максимума поисковой и инновационной конкурентной активности, угнетение и дисквалификация конкурентно пассивных предприятий.

6) Стимулирование конкурентного поведения покупателей.

7) Предотвращение антиконкурентного поведения хозяйствующих субъектов и контактных аудиторий, последовательная и результативная борьба с его проявлениями, адвокатырование этой деятельности.

8) Предотвращение недобросовестной конкуренции со стороны хозяйствующих субъектов и контактных аудиторий, последовательная и результативная борьба с его проявлениями, адвокатырование этой деятельности.

9) Обеспечение непрерывного воспроизводства и развития конкурентных процессов в промышленности страны.

Система методов создания и администрирования конкурентной среды промышленных предприятий охарактеризована в табл. 2.

Таблица 2

**Система методов создания и администрирования конкурентной среды
промышленных предприятий**

Группа методов	Вид методов
Методы создания конкурентной среды промышленных предприятий	Прямые: прямое участие государства в уставном капитале и управлении стратегическими промышленными предприятиями; управление отраслевой и корпоративной производственной мощностью промышленных предприятий

	Косвенные: порядок доступа иностранных промышленных предприятий на внутренний рынок через создание совместных предприятий; сборочные предприятия; локализация производства комплектующих; создание промышленных кластеров; отраслевой информационный ресурс; отраслевой коммуникационный ресурс; федеральные целевые комплексные программы в части развития поисковой и инновационно-конкурентной деятельности промышленных предприятий
Методы стимулирования конкурентного поведения потребителей	Методы стимулирования конкурентного поведения на потребительском рынке (B2C): отраслевой информационный ресурс; адвокати́рование конкуренции
	Методы стимулирования конкурентного поведения на корпоративном рынке (B2B): отраслевой информационный ресурс; адвокати́рование конкуренции; управленческие исследования эффективности аутсорсинга; рейтинг деловой репутации поставщиков
	Методы стимулирования конкурентного поведения на рынке государственных закупок (B2G): централизация государственных закупок на федеральных торговых площадках и обеспечение анонимности покупателей и поставщиков; эксперименты по проверке добросовестности государственных закупок; адвокати́рование конкуренции
Методы администрирования конкурентной среды промышленных предприятий	Запретительные: запрет продаж; дисквалификация топ-менеджеров и собственников предприятий; stock-листы предприятий-недобросовестных конкурентов; финансовые санкции, административная и уголовная ответственность за антиконкурентные действия и недобросовестную конкуренцию
	Ограничивающие: квоты производства и торговли; экспортные и импортные пошлины, возмещение НДС; архив конкурентных ситуаций; представители государственной структуры управления промышленностью в управлении стратегическими предприятиями; контроль слияний и поглощений, принудительная реструктуризация
	Стимулирующие: кредитование экспорта важнейших видов промышленной продукции; федеральная и региональные программы развития конкуренции в промышленности; государственные интервенции; централизованный Фонд технологий, изобретений и патентов

Методы создания конкурентной среды мы предлагаем дифференцировать на прямые (прямое участие государства в уставном капитале и управлении стратегическими промышленными предприятиями; управление отраслевой и корпоративной производственной мощностью промышленных предприятий) и косвенные (порядок доступа иностранных промышленных предприятий на внутренний рынок через создание совместных предприятий; сборочные предприятия; локализация производства комплектующих; создание промышленных кластеров; отраслевой информационный ресурс; отраслевой коммуникационный ресурс; федеральные целевые комплексные программы в части развития поисковой и инновационно-конкурентной деятельности промышленных предприятий).

Подводя итог сказанному, отметим следующие выводы:

– под конкурентной средой промышленных предприятий предлагается понимать систему субъектов конкуренции и отношений между ними, имеющую в качестве объективной основы конкурентное поведение потребителей, выраженное в объеме конкурентного платежеспособного спроса и направленную на обеспечение результативности и эффективности конкурентных процессов. Конкурентное поведение потребителей выражается в их деятельности, направленной на изучение всех возможных конкурентных предложений, их оценку на основании критериев потребительского выбора и выбор наиболее конкурентоспособной продукции, товаров, работ, услуг;

– в управляемой конкурентной среде основные тренды развития конкурентных процессов получают свое администрирование в зависимости от их значения для развития конкурентной среды и конечной результативности народнохозяйственной системы. К числу специфических факторов, определяющих возможность формирования управляемой конкурентной среды в промышленности страны, относится принцип объектно-функциональной организации и регулирования конкурентных процессов, являющийся логическим продолжением основного принципа производственного менеджмента – принципа единоначалия. Устойчивый рост результативности и эффективности промышленных предприятий, рост их корпоративной и отраслевой конкурентоспособности на внутреннем рынке, увеличение объемов экспорта важнейших видов промышленной продукции являются индикаторами качества стратегического управления конкурентными процессами посредством изменения параметров конкурентной среды промышленных предприятий. Не имея объективных полномочий в части целеполагания для промышленных предприятий, государство в лице централизованной структуры управления промышленностью страны может и должно задавать вектор конкурентного развития на основе результативного и эффективного использования конкурентных процессов в управляемой конкурентной среде. В этом случае конкуренция в промышленности становится полноценным «процессом открытия», т.е. непрерывным поиском и реализацией конкурентных преимуществ традиционного и инновационного характера, что обеспечивает поступательное развитие промышленного сектора на основе продуктивного использования конкуренции;

– не все транзакции, осуществляемые на рынке между промышленными предприятиями и их потребителями носят конкурентный характер. Существующие исследователи проблем конкуренции делают значимую методологическую ошибку, рассматривая в качестве объема рынка важнейшего вида промышленной продукции все транзакции, имеющие место на рынке, в то время как необходимо четко дифференцировать конкурентный и неконкурентный сектора рынка, оценивать их размеры и особенности функционирования. В этом случае повышается объективность управленческой оценки благоприятности конкурентной среды, емкости и основных особенностей рынков сбыта, повышается качество прогнозирования результативности и эффективности конкурентных стратегий промышленных предприятий;

– задачей стратегического управления конкурентными процессами в промышленности страны является создание и администрирование такой конкурентной среды, которая, с одной стороны, обеспечивала бы естественный отбор, обеспечивая постоянную конкурентную активность промышленных предприятий, а с другой – поддерживала предпринимательскую инициативу, позволяла предприятиям устойчиво развиваться, принося тем самым экономический эффект народнохозяйственной системе страны.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Павлова Е.А. Конкурентная среда и ее развитие на товарных рынках России. Автореф. дисс. ... канд.

- экон. наук. Воронеж. Воронежский государственный университет, 2008.
2. Портер М. Конкуренция. СПб., 2001.
3. Портер М. Международная конкуренция. М., 1993.
4. Усик Н.Н. Управление процессом формирования конкурентной среды в России. Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2008.
5. Якунин В.И., Сулакшин С.С., Фонарева Н.Е., Тотьева К.Ю. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в РФ. М., 2008.

Богадуров Р.Н.
Кавминводский институт сервиса
Южно-Российского государственного университета
экономики и сервиса, г. Пятигорск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕГИОНАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД*

Аннотация. В статье обобщены показатели деятельности предприятий санаторно-курортного комплекса региона Кавказских Минеральных Вод. Выявлена система социальных индикаторов в этой сфере. Приведены результаты оценки субъектов санаторно-курортного комплекса на основе модели оценки качества услуг «SERVQUAL». Разработаны концептуальные пути совершенствования управления санаторно-курортным комплексом Кавминвод в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, Кавказские Минеральные Воды, управление, оценка качества услуг, совершенствование управления.

R. Bogadurov
Kavminvodsky Institute of Service of the South Russia State University of Economics and Service, Pyatigorsk

ON IMPROVING THE MANAGEMENT OF CAUCASIAN MINERAL WATERS
HEALTH RESORT ENTERPRISES

Abstract. The article summarizes the activity indicators of Caucasian Mineral Waters health resort enterprises. The system of social indicators in this sphere has been revealed. The assessment of «SERVQUAL» activity has been chosen as the basic model for service quality estimation. The mainstreams of (CMW) Kavminvod management improvement for a long-term perspective have been developed.

Key words: health resort complex, Caucasian Mineral Waters, management, service quality estimation, management improvement.

В рамках обслуживания санаторно-курортные предприятия Кавказских Минеральных Вод предоставляют комплекс услуг по оздоровлению, отдыху и питанию: такого рода услуги принято относить к многопозиционным. Как правило, страны и территории, в которых достаточно собственных природно-климатических факторов оздоровления и созданы социально-организационные условия для производства санаторно-курортных и связанных с ними услуг, имеют больше возможностей для экономического развития. Это подтверждается существующими мировыми тенденциями постоянного увеличения доли такого рода услуг в показателях ВВП таких промышленно развитых стран, как США, Канада, Япония, Франция, Германия, Великобритания, Италия, Нидерланды и пр.

Рассмотрим возможности района Кавказских Минеральных Вод (далее – КМВ).

* © Богадуров Р.Н.

Площадь региона составляет 5243 км². Большая часть КМВ – 3031,5 км² (57,8 % площади) – расположена на территории Ставропольского края и включает четыре города-курорта федерального значения (Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск), три города краевого значения (Лермонтов, Минеральные Воды, Георгиевск), а также Предгорный, Минераловодский и Георгиевский муниципальные районы. 1726 км² территории (32,9 %) находится на землях Карачаево-Черкесской Республики – это Мало-карачаевский и Прикубанский муниципальные районы. 485,5 км² (9,3 % территории) приходится на Зольский район Кабардино-Балкарской Республики.

В регионе сконцентрировано свыше 1200 памятников истории, культуры и архитектуры, клинические, реабилитационные и научные центры. Регион КМВ – крупнейший и уникальный курортный регион Российской Федерации [3, 7-8].

Наличие в регионе КМВ соответствующих природно-климатических факторов (минеральных вод, лечебных грязей, целебного климата) может обеспечивать предоставление услуг оздоровления и отдыха более чем 1 млн. человек в год.

Если говорить о сфере услуг, то несомненным является существенное значение менеджмента для ее успешности. Перечислим условия деятельности менеджеров в следующей последовательности:

1) предоставление услуги возможно только при ее одновременном потреблении, в отличие от материального производства, где возможен выпуск и хранение продукта в ожидании варианта продажи;

2) при отсутствии сиюминутного спроса на услуги мощности предприятия начинают простаивать;

3) менеджерам необходимо организовать процесс реализации услуг таким образом, чтобы мощности предприятия были загружены, иначе производство теряет смысл.

Такая особенность сферы услуг, как необходимость сиюминутного спроса, уже в начале производства ставит перед менеджментом задачу поиска баланса между спросом и предложением. Установление такого баланса является залогом выживания и развития хозяйствующих субъектов данной сферы.

Менеджмент в сфере услуг призван ориентировать фирмы на удовлетворение потребностей рынка, на постоянное повышение эффективности производства, на свободу в принятии решений, на разработку стратегических целей и программ и их постоянную корректировку в зависимости от состояния рынка.

В рыночной экономике объектом менеджмента в сфере услуг выступает хозяйственная единица-производитель услуг, чаще являющаяся самофинансируемой, стремящейся к самокупаемости и получению максимального эффекта от использования ресурсного потенциала, управляемая на основе инициативности, рискованности и неопределенности, то есть носящая все признаки внешней формы проявления предпринимательства со стороны предприятия [5, 3].

Санаторно-курортные организации, осуществляющие лечебный процесс, имеют статус лечебно-профилактических организаций и функционируют на основании предоставленной в соответствии с законодательством Российской Федерации лицензии на осуществление медицинской деятельности.

Деятельность предприятий, предоставляющих услуги санаторно-курортного характера, в совокупности составляет санаторно-курортный комплекс экономики страны, региона, города [1, 18-19].

Деятельность санаторно-курортных предприятий включает в себя предоставление следующих услуг:

- услуги размещения (временного проживания);

- услуги отдыха в определенном режиме;
- услуги оздоровления;
- услуги питания;
- инфраструктура курорта (транспорт, связь, турагенты, туроператоры);
- услуги культурно-развлекательного характера;
- услуги по удовлетворению потребностей различных сфер интересов рекреантов (экстремальные виды отдыха, походы и т. д.).

В состав санаторно-курортного предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, нематериальные активы, денежные средства и прочие.

В соответствии с целями данного исследования под предприятием санаторно-курортной сферы следует понимать самостоятельный субъект хозяйствования, создающий и реализующий на рынке услуги размещения, отдыха, оздоровления и развлечения с целью извлечения прибыли, посредством сочетания различных факторов производства.

На основании данных российской статистики можно представить роль и место санаторно-курортных предприятий в сфере услуг в целом. Доля санаторно-оздоровительных услуг в общем объеме предоставленных населению услуг в целом невелика, составляя в 2009 г. всего 1,3 %. Этот показатель никогда не превышал уровня 1,5 %.

Однако в регионах РФ, где расположены курорты федерального значения, данный показатель существенно выше и даже превышает суммарный показатель долей туристских услуг, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, услуг физической культуры и спорта. Это связано во многом с ориентацией таких территорий в целом на рекреационную деятельность. Так, например, в Ставропольском крае, где расположен курорт федерального значения «Кавказские Минеральные Воды», доля санаторно-оздоровительных услуг в общем объеме предоставленных населению услуг превышает уровень общероссийского показателя в 10 раз.

Таблица 1

Объем платных услуг населению в Ставропольском крае*

Виды услуг	Январь-октябрь 2009 г., млн. руб.	в %	
		к итогу	к январю- октябрю 2008 г.
Всего оказано платных услуг	55007,9	100,0	100,8
в том числе:			
бытовые	5891,2	10,7	104,4
транспортные	7695,6	14,0	96,2
связи	9115,3	16,6	109,4
жилищные	1526,8	2,7	98,5
услуги гостиниц и аналогичных средств проживания	420,4	0,7	86,4
коммунальные	12466,	22,7	105,8
учреждений культуры	193,7	0,4	89,4
туристские	356,9	0,6	111,7
физической культуры и спорта	19,1	0,0	94,7
медицинские	2683,2	4,9	105,2
санаторно-оздоровительные	7135,6	13,0	88,5
ветеринарные	165,6	0,3	94,7

Виды услуг	Январь-октябрь 2009 г., млн. руб.	в %	
		к итогу	к январю- октябрю 2008 г.
правового характера	1534,6	2,8	98,2
системы образования	3713,3	6,8	91,1
прочие	2090,3	3,8	... ¹⁾

¹⁾ Не рассчитывается индекс цен.

* Данные Ставропольстата - 2009 г.

Важной особенностью санаторно-курортной сферы является относительно высокая степень концентрации специализированных предприятий на определенной лечебно-оздоровительной территории. Для такой территории, как правило, создается и поддерживается имидж курорта, которым пользуются все хозяйствующие субъекты, размещенные в нем. Наличие природно-климатических факторов, позволяющих производить санаторно-курортные услуги, определяет общую экономическую направленность и специализацию соответствующего территориального образования. В этой связи деятельность предприятий санаторно-курортной сферы приобретает большое социально-экономическое значение, в ходе ее осуществления происходит образование различных экономических и социальных эффектов, пользователями становятся различные субъекты.

В связи с изложенным выше, управление санаторно-курортной сферой на уровне различных органов государственной власти должно учитывать ряд показателей, характеризующих социальные эффекты санаторно-курортной деятельности.

Система социальных индикаторов развития исследуемой сферы должна включать в себя следующие:

- снижение общего уровня заболеваемости у рекреантов;
- рост количества потребителей санаторно-курортных услуг;
- совершенствование методик и материально-технической базы предоставления услуг;
- возможность комплексного получения набора услуг, в том числе и по желанию рекреанта;
- способствование снижению безработицы и повышению занятости населения;
- выполнение обязательных условий по уплате налогов в бюджеты различных уровней и государственные внебюджетные фонды;
- возможность для работников санаторно-курортных предприятий и членов их семей пользоваться услугами санаторно-курортных предприятий на льготных условиях.

В целях нормального, а тем более успешного функционирования предприятия, руководитель должен регулярно производить оценку качества предоставляемых им услуг. Особенно острым вопрос о качестве услуги становится при возрастающей конкуренции, и, чтобы не быть вытесненным с рынка услуг, предприятию необходимо определить свои сильные и слабые стороны. Для этого с помощью различных маркетинговых методик проводится оценка качества предоставляемых услуг. Одной из существующих современных методик, отвечающих критериям простоты применения и надежности, является модель оценки качества услуг «SERVQUAL» (А. Паразурман, В. Берри и Л. Зейтхалм) [2, 33-38], которая применена в данной работе. Результаты оценки, выполненные по этой методике автором, приводятся в табл. 2.

Оценка качества санаторной услуги методом “SERVQUAL” в городах КМВ

Название санатория	Восприятие	Ожидание	Коэффициент качества
г. Пятигорск			
Лесная поляна	4,5	5	-0,5
Нефтяник	4,8	5	-0,2
Горячий ключ	4,3	5	-0,7
Родник	4,5	5	-0,5
Красный октябрь	4	5	-1
Военный санаторий	4,7	5	-0,3
Ленинские скалы	4,5	5	-0,5
Тарханы	4,6	5	-0,4
Санаторий имени Лермонтова	4,8	5	-0,2
Руно	3,9	5	-1,1
г. Железноводск			
Горный воздух	4,2	5	-0,8
Дубовая роща	4,5	5	-0,5
Солнечный	4,7	5	-0,3
Дубрава	4,9	5	-0,1
Железноводск	4,3	5	-0,7
Эльбрус	4,9	5	-0,1
Салют	4,1	5	-0,9
Санаторий имени 30 лет победы	4,8	5	-0,2
Кавказ	4,5	5	-0,5
Авес	3,8	5	-1,2
г. Ессентуки			
Жемчужина Кавказа	5	5	0
Металлург	4,7	5	-0,3
Нива	4,9	5	-0,1
Русь	4,9	5	-0,1
Ставрополье	5	5	0
Машук	4,5	5	-0,5
Юность	5	5	0
Искра	4,3	5	-0,7
Долина нарзанов	5	5	0
Дон	4,7	5	-0,3

г. Кисловодск			
Семицветик	4,9	5	-0,1
Джинал	4,8	5	-0,2
Заря	4,1	5	-0,9
Казачья горка	4,2	5	-0,8
Кисловодск	4,4	5	-0,6
Дубрава	4,7	5	-0,3
Санаторий имени Семашко	3,5	5	-1,5
Санаторий имени Кирова	4,3	5	-0,7
Целебный нарзан	0	5	0
Виктория	4,6	5	-0,4
Средний результат по всем санаториям	4,7	5	-0,3

Анализируя табл. 2, можно заметить, что ни один из представленных санаториев не получил оценку коэффициента качества выше «0». Другими словами, «ожидание» клиентов, получивших услугу в этих санаториях, не было превзойдено «восприятием». Причиной этого явления во многих случаях становится неправильное формирование «ожидания» у потенциальных клиентов. «Ожидание» формируется тогда, когда клиент получает информацию об услуге и о том, где ее приобрести. Источником получения подобного рода информации зачастую становится реклама. При создании рекламы всегда описываются именно положительные черты предоставляемой услуги, вследствие этого у потенциального потребителя складывается представление об «идеальной услуге», и на этой стадии формируется первоначальное «ожидание».

Из проведенного анализа видно, что по качеству предоставляемых санаторно-курортных услуг санатории можно разделить на три категории:

1. Санатории, предоставляющие услуги хорошего и отличного качества (такие санатории получают оценку от 0 до -0,3). Обычно это большие и дорогостоящие санатории. У них очень большая территория, со своими парками и архитектурными сооружениями. На ней находится несколько охранных пунктов, в которых работают от двух до пяти охранников. Здание находится в отличном состоянии, интерьер очень привлекателен для глаз. Персонал очень вежлив по отношению к клиентам. Такие санатории всегда располагают современным медицинским оборудованием.

2. Санатории, предоставляющие услуги удовлетворительного качества (оценка -0,4 до -0,7). Эти санатории можно отнести к среднему разряду санаториев. Здания санаториев отвечает всем стандартам. В вестибюле всегда находится охранник. Хотя интерьер таких санаториев не всегда бывает хорошим, но он все равно остается удовлетворительным для отдыхающих. Медицинское оборудование находится в отличном рабочем состоянии.

3. Санатории, предоставляющие услуги неудовлетворительного качества (оценка -0,7 и ниже). К ним чаще всего можно отнести те санатории, которые были построены в советское время. Здания требуют капитального ремонта. Охрана на территории таких санаториев отсутствует, поэтому можно заметить присутствие посторонних людей, которые внутри помещения санатория предлагают сомнительные услуги отдыхающим. Персонал груб при общении. Респонденты поясняли, что работники таких санаториев часто

не выполняют своих обязанностей.

Из 40 исследованных санаториев КМВ 21 санаторий относится к первой категории, 7 санаториев – ко второй и 12 – к третьей категории. Понять, почему произошло именно такое распределение санаторных сегментов, можно после анализа оценок «восприятия» и коэффициента качества каждого из исследованных санаториев в городах-курортах КМВ.

В нашем исследовании «ожидание» было принято за «идеал» (оценка 5), то есть респонденты указывали отдельно, что ожидают получить санаторную услугу самого лучшего качества, так как затрачивают на нее большие средства.

Необходимо отметить, что полученные оценки не могут характеризовать санаторий как хороший или плохой, они показывают сильные и слабые стороны в оказании санаторных услуг. Также нельзя считать их значения абсолютными, так как при выставлении оценок респонденты выражали свое субъективное мнение.

Получение определенной территорией Российской Федерации статуса лечебно-оздоровительной местности и курорта федерального значения предполагает, кроме всего прочего, выделение приоритетности конкретных сфер ее экономики. Для рассматриваемого региона КМВ – это прежде всего санаторно-курортная сфера, являющаяся в историко-экономическом аспекте своеобразным «локомотивом», который определяет вектор развития в настоящее время, с ориентиром на долгосрочную перспективу.

Основной целью стратегического развития данной отрасли экономики является определение и научное обоснование долгосрочных ориентиров экономического развития и принципов государственной политики в сфере рекреаций и туризма.

Разрабатываемая концепция развития отрасли предусматривает включение ее в перечень основных направлений структурной перестройки российской экономики на основе приведения в действие механизма реализации нормативно-правовой базы на федеральном и региональном уровнях.

Стратегическая цель предлагаемой концепции – обеспечение конституционного права на отдых населения края, создание современной высокоэффективной и конкурентоспособной отрасли в качестве одной из приоритетных отраслей экономики, обеспечивающей, с одной стороны, высокий спрос потребителей (российских и иностранных граждан) туристско-рекреационных услуг, а с другой, – широкие возможности для удовлетворения потребностей в туристических услугах, значительный вклад в экономику края за счет налоговых поступлений в бюджет, притока инвестиций, увеличения количества рабочих мест, улучшения здоровья населения, сохранения и эффективного использования туристских ресурсов Ставропольского края [4, 45-49].

В соответствии с концепцией основными путями совершенствования управления санаторно-курортным комплексом являются следующие.

1. Создание системы эффективного сбора информации о деятельности хозяйствующих субъектов на рынке предоставления услуг, выработка и корректировка управленческих решения на основе оперативной информации, а также сбор и анализ информации о результативности выбранной системы стратегического управления как отдельными субъектами, так и комплексом в целом. В связи с этим необходима разработка системы обобщающих и частных показателей оценки эффективности деятельности системы.

2. Формирование планов развития санаторно-курортного комплекса на основе разработки федеральных и местных программ развития в долгосрочной, среднесрочной и краткосрочной перспективе.

3. Обсуждение подготовленных программ с привлечением широкого круга заинтересованных лиц, включая высший менеджмент субъектов предпринимательской деятельности в санаторно-курортном комплексе, с целью получения коррекционных данных для

внесения в программы.

4. Разработка системы эффективного использования трудовых и материальных ресурсов, перспективных планов строительства и реконструкции объектов санаторно-курортного комплекса.

5. Грамотное использование природно-климатических ресурсов территории, формирование концепций оздоровления и конкретных оздоровительных схем на основе научных исследований в области курортологии, проводимых ведущими научно-исследовательскими учреждениями России и зарубежных стран и основыванных на плодотворном российском и зарубежном опыте.

6. Осуществление оптимального по эффективности стратегического управления на основе согласованности функций различных органов и систем управления: государственного управления и управления бизнес-единицами на основе частно-государственного партнерства.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Багиев Г.Л., Алексеев А.А. Основы проведения маркетинговых исследований. СПб.: СПУЭФ, 1997.
2. Ветитнев А. Некоторые подходы к оценке рынка санаторно-курортных услуг. Практический маркетинг. 2002.
3. Кавминводы. Статистический справочник по санаторно-курортному комплексу Кавминвод. Пятигорск. 2009.
4. Семеняк Н.Г. Формирование обобщающей стратегии управления развитием санаторно-курортного комплекса. Экономика России на рубеже XXI века. СПб-Казань. Академия гуманитарных наук, 1999.
5. Чесноков Ю.В. Реструктуризация предприятий санаторно-курортного комплекса на основе концепции маркетинга. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. Краснодар, 2007.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА*

Аннотация. Современная экономика, характеризующаяся жесткой конкурентной средой, предъявляет новые требования к организации производства. Задачей управления производством на сегодняшний день является его техническое совершенствование, повышение эффективности и конкурентоспособности. При этом важнейшим фактором производства является человек как носитель знаний. Автором предложены варианты стратегии повышения эффективности современного промышленного производства.

Ключевые слова: эффективность, промышленность, производство, трудовые ресурсы, стратегия, мировой рынок.

Y. Burtsev

Moscow State Regional University

STRATEGIES TO RAISE MODERN INDUSTRY EFFICIENCY

Abstract. The present-day economy, which is characterized by a hard competitive environment, makes new requirements for production arrangement. The current task of production management is its technical perfection, increase of efficiency and competitiveness, the major factor of production being a man as a carrier of knowledge. The author suggests some strategies to increase the efficiency of modern industrial production.

Key words: efficiency, industry, production, labor resources, strategy, world market.

Стратегия развития современного производства предполагает развертывание в рамках промышленных компаний активных научных исследований по выявлению новых возможностей повышения эффективности производства на основе наиболее полного использования имеющихся производственных, трудовых и финансовых ресурсов и организации работы по дальнейшему совершенствованию производства и технологических процессов. При этом особое внимание уделяется расширению интеллектуальных возможностей рабочих, специалистов и руководителей всех уровней на основе создания на предприятиях эффективной системы обогащения их необходимыми знаниями при активном использовании внешних источников знаний. Накапливаемые знания позволяют активизировать инновационную деятельность по совершенствованию средств производства, технологических процессов и выпускаемой продукции.

Разработка стратегии развития производства, как правило, осуществляется в различных временных рамках. Краткосрочная стратегия служит основой для разработки краткосрочных производственных планов, предусматривающих осуществление действий по улучшению производственной деятельности. Долгосрочная стратегия предусматривает внесение в производство значительных перспективных изменений, обеспечивающих рост его эффективности и на этой основе конкурентоспособности выпускаемой продукции. Наибольший экономический эффект достигается в компаниях, где разрабатываются как краткосрочные, так и долгосрочные стратегии.

Систему управления разработкой стратегии развития производства целесообразно рассматривать в качестве основы для создания высокоэффективной внутрифирменной

* © Бурцев Ю.А.

системы управления производством. Основными элементами внутрифирменной системы управления разработкой стратегии являются применяемые организационные формы работы. Важнейшая из них – активизация на каждом предприятии компании творческой деятельности работников по выявлению перспективных идей, открывающих новые направления ускоренного технического совершенствования производства.

Промышленность в современной экономике предполагает существенные отличия от традиционной, заключающиеся, прежде всего, в резком увеличении доли наукоемкого труда. В этой связи необходимо обеспечить приток трудовых и капитальных ресурсов в науку и технологичные отрасли, достаточный для того, чтобы максимально замкнуть воспроизводственные циклы на внутренний потребительский рынок и внутренний рынок средств производства. Это позволит уменьшить степень обновления основных фондов посредством закупок оборудования по импорту и расширить ниши на внешних рынках. Создать условия наиболее эффективного взаимодействия науки и промышленности, способной производить, помимо образовательных услуг и консультаций, интеллектуальный продукт и технологии, которые можно предлагать на российском и мировых рынках, постепенно вытесняя иностранных конкурентов, можно, осуществив следующие шаги на уровне государства.

Во-первых, упрощение процедуры патентования новых идей; обеспечить государственную защиту интеллектуальной собственности, сделать (с учетом интересов безопасности) свободными в экономическом и правовом смысле контакты научных коллективов с зарубежными партнерами.

Важнейшим фактором, обеспечивающим создание конкурентоспособных средств производства в долгосрочной перспективе, является наука. Запрет, наложенный в свое время на развитие таких наук, как кибернетика и генетика, привел страну к отставанию как в рамках научных направлений, так и в промышленности, сельском хозяйстве на несколько десятилетий.

Слабое развитие кибернетики не позволило своевременно разработать элементную базу электроники, создать необходимые вычислительные мощности и электронную промышленность, ориентирующуюся на потребительские товары. Впоследствии это нашло свое отражение в более низких, по сравнению с зарубежными аналогами, технических характеристиках станочного парка, машин, оборудования. Электронная промышленность начала формироваться в конце 50-х гг. XX в., исходя из целей оборонного комплекса, в частности с создания систем противоракетной и противовоздушной обороны. Первые данные о существенном отставании советской электроники от аналогов США были зафиксированы в 1975 г., когда американские астронавты впервые побывали на орбитальной станции, где был отмечен крайне низкий уровень организации систем электронного управления космическим кораблем.

Разрушение научной школы генетиков в 30-60-х гг. XX в. привело к тому, что средняя урожайность и продуктивность животноводства (и в целом сельского хозяйства) в России была и остается в 5-8 раз ниже, чем в развитых странах [1]. Пренебрежение наукой, сокращение ее финансирования в итоге становится главной причиной социально-экономической отсталости.

Во-вторых, приоритетными расходными статьями бюджетов всех уровней в России должны стать наука и образование. При этом необходимо принять ряд мер по привлечению молодых исследователей к работе на отечественную науку и экономику, уменьшить отток специалистов за границу. По данным Федеральной миграционной службы, из общего числа ежегодного потока иммигрантов из России научные сотрудники составляют 1-2 тыс. чел. [2]. Подобная ситуация может трактоваться только как затраты бюджетных средств на подготовку научных кадров для иностранных конкурентов. Наука не может

иметь границ, и использование ее результатов приносит плоды тому национальному хозяйству, которому эти результаты принадлежат с точки зрения международного права, распределения и использования объектов интеллектуальной собственности в условиях жесткой конкуренции на мировых рынках, включая и рынки труда. В экономике знаний наука является независимой и движущей силой общества, что является следующим принципиальным отличием новой экономики от экономики традиционной.

В-третьих, возрождение экспертно-аналитической функции экономической науки, а также подключать с этой же целью другие научные направления, поскольку решения, принимаемые властью, затрагивают функционирование самих научных учреждений, развитие техники, инновационный процесс и т.д. Принятие решений без участия компетентных специалистов многократно повышает вероятность ошибок и пропусков флагов катастроф [3].

В-четвертых, определение приоритетных направлений развития промышленности и обеспечение посредством мероприятий инвестиционной политики точечного стимулирования производства конкурентоспособной продукции.

Россия имеет богатые запасы сырья и необходимую базу для мощной перерабатывающей промышленности, создающей продукцию высокой добавленной стоимости. Ресурсная обеспеченность российской экономики, по сути, закладывает два возможных варианта ее развития: консервативный (сырьевой) и прогрессивный (развитие наукоемких отраслей).

Положительно в сырьевом сценарии то, что возможна реализация уже имеющегося конкурентного преимущества, когда страна использует свои природные богатства и производит в итоге то, что другие страны произвести не могут.

Отрицательным качеством этого сценария является отсутствие стабильности в силу изменчивости конъюнктуры внешнего рынка, что убедительно показал кризис, начавшийся в 2007 г. Кроме того, реализация сырьевого сценария оставляет низкий технологический, промышленный и информационный потенциал, необходимость приобретения за ресурсы технологий второго сорта у передовых в этом направлении развития стран.

Автор подчеркивает, что необходимо получить следующие результаты: расширение взаимовыгодного обмена и освоения международных рынков интеллекта и наукоемкой продукции, куда все еще имеется ограниченный доступ; ликвидация проблемы распределения средств путем использования соответствующих методик распределения, в том числе прибегая к конкурсам и демократически организованному экспертному отбору, когда эксперты оценивают обезличенную идею, принимая во внимание лишь ее содержание; выпуск продукта, продаваемого на внутреннем или внешнем рынке. Его параметры качества не должны уступать зарубежным аналогам, а цена должна быть меньше.

Только в этом случае стране удастся изменить технологический парк и нарастающим темпом использовать новейшие технологии, решая с их помощью задачи социального развития. Второй сценарий предполагает развитие передовых наукоемких отраслей и технологий с созданием продуктов высокого уровня переработки и поставкой их на мировые рынки. Этот сценарий оставляет внешний рынок как важный источник доходов страны, но одновременно формируется и внутренний рынок, который можно не поддерживать протекционистскими мерами, дискриминируя отечественного покупателя и насильственно отнимая у него права выбора качественного продукта.

В концептуальном плане, для сохранения России как производящего товары и услуги государства [4], в таком выборе существует единственная альтернатива – второй сценарий.

Производственно-технические комплексы необходимо приводить в соответствие требованиям времени, что выражается через институциональные преобразования. К та-

ким институциональным изменениям следует отнести:

- обновление основных производственных фондов, для чего понадобится набор вспомогательных средств, имеющих экономическое действие: изменение амортизационной политики, открытие кредитных линий под замену оборудования, технологий, материально-технического обеспечения промышленных организаций и т.д. В качестве приоритетов развития промышленности должны выступать транспортное и энергетическое машиностроение, электронная и другие наукоемкие отрасли.

Развитие производства на уровне микроэкономики необходимо вести по нескольким направлениям, предусматривающим разработку функциональных стратегий. В их число входят: стратегия изучения рынков сбыта выпускаемой продукции, стратегия разработки нового ассортимента, стратегия более эффективного использования применяемой рабочей силы, стратегия использования финансовых ресурсов, стратегия в применении установленных юридических и правовых норм, касающихся данной производственной деятельности, а также стратегия управления развитием информационных технологий.

Все эти направления прорабатываются в соответствующих функциональных подразделениях, где решаются краткосрочные и среднесрочные проблемы. Таким образом, каждое функциональное подразделение промышленного предприятия разрабатывает определенную свойственную ему часть общей стратегии развития производства.

Крупные американские корпорации, например, осуществляют разработку стратегии совершенствования производства, развивающегося по нескольким взаимодополняющим направлениям. Для этого в каждом производственном отделении имеется специальное подразделение стратегического бизнеса [5]. Это подразделение является полуавтономным в рамках корпорации. Оно располагает своим бюджетом, принимает решения о разработке новой продукции или совершенствовании выпускаемой, нанимает на работу требующихся специалистов, устанавливает цены на готовую продукцию, предназначенную для реализации. В крупных корпорациях такие подразделения несут ответственность за разработку стратегии развития своего производства, дополняющую общую стратегию корпорации и определяются как внутренние центры прибыли.

Следующий шаг после разработки стратегии – формулирование целей. Каждая сформулированная цель представляется в виде конкретных задач, подлежащих выполнению. По каждой задаче определяется время, требующееся для ее реализации, и качество выполняемых производственных операций. Каждая поставленная задача должна включать определенную качественную новизну, реальную для практического выполнения.

Наиболее важными представляются два вида целей. Одна из них предусматривает оценку имеющихся финансовых возможностей компании и выявление перспектив улучшения ее финансового состояния. Вторая - реализацию разработанной стратегии развития и совершенствования производства, обеспечивающей повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции и укрепление позиций предприятия на рынке сбыта. Достижимое повышение эффективности производства позволяет расширить выпуск конкурентоспособной продукции, что обеспечивает решение этих двух задач.

Для этого требуется обеспечить снижение издержек производства на основе его технического совершенствования и занять ведущее место в разработке и изготовлении качественно новой продукции, пользующейся повышенным спросом. Особо важным принято считать внедрение в производство новейших высокопроизводительных технологических процессов, обеспечивающих преимущества перед конкурентами. Ускоренное техническое совершенствование производства должно быть нацелено на изготовление продукции, наиболее полно удовлетворяющей конкретные потребности покупателей. Достиженные успехи в реализации продукции на внутреннем рынке следует использовать для проработки возможностей ее продвижения на мировой рынок.

Разработанная стратегия должна подвергаться своевременной корректировке с учетом влияния на производство всевозможных внутренних и внешних факторов, включая обострение конкуренции. Важнейшим компонентом стратегии должно стать постоянное техническое совершенствование производства, обеспечивающее повышение его экономической эффективности. При изменении условий производства необходимо своевременно переходить на заранее предусмотренный вариант стратегии, скорректированный с учетом ожидаемых изменений.

Поставленные при разработке стратегии цели должны проверяться на полученных результатах. Низкие результаты свидетельствуют о необходимости уточнения целей, которые могут недостаточно четко определять соответствие развития производства и совершенствования выпускаемой продукции потребностям покупателей. Результаты проверки каждой поставленной цели на реакцию рынка позволяют судить о правильности выбранного стратегического курса. Своевременное выявление недостаточно проработанных целей дает возможность сконцентрировать внимание на их доработке и внесении в стратегию необходимых корректив. Процесс разработки и уточнения стратегии можно рассматривать как гибкий механизм, позволяющий постоянно совершенствовать осуществляемую производственную деятельность, «настраивая» ее на изменяющиеся запросы рынка.

При разработке стратегии следует учитывать активную деятельность конкурентов, которые также разрабатывают собственную стратегию развития производства в расчете на укрепление своих позиций на рынке сбыта. В этих условиях возникает необходимость в постановке все более значимых целей, обеспечивающих преимущества перед конкурентами, также стремящимися выйти на рынок с продукцией повышенного спроса.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Сухарев О.С. Институциональная теория и экономическая политика: К новой теории передаточного механизма в макроэкономике/О.С. Сухарев; РАН, ин-т экон. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.
2. Храпов С.В. Теория катастроф в экономических исследованиях / С.В. Храпов ; Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва Сиб. отд-ния Рос. акад. наук. Новосибирск : ИЭОПП, 2004.
3. Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и ее геостратегические императивы. - М.: Международные отношения, 2002.
4. Стратегия повышения эффективности производства в США, или Как прорваться в будущее? / Ю.П. Васильев. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008.
5. Рагулина Ю.В. Влияние экономики знаний на развитие промышленного производства. М.: МПГУ, 2008.

УДК. 338.26

Чистоходова Л.И.

Московский государственный областной университет

Бурцев Ю.А.

Московский государственный областной университет

ЗНАНИЯ КАК КОМПОНЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ*

Аннотация. Несмотря на возникающие во многих странах мира экономические трудности, в последние годы стала четко проявляться усиливающаяся общая тенденция к повышению экономической эффективности производства, особенно на машиностроительных предприятиях промышленных компаний, что достигается на основе использования имеющихся знаний.

Ключевые слова: экономика, эффективность, производство, предприятие, машиностроение, труд, финансы.

L. Chistokhodova, Y. Burtsev

Moscow State Regional University

KNOWLEDGE AS A COMPONENT OF ECONOMIC EFFICIENCY OF PRODUCTION ENTERPRISE

Abstract. In spite of the world's economic difficulties, a general tendency of increasing economic efficiency of production has begun to show up, especially at the machine-building enterprises of industrial companies, which is achieved by applying the reserved knowledge.

The increase of efficiency of machine-building enterprises, producing the greater volume of perfected products, is accompanied by the reduction of labor force quantity. The main factor of speed-up technical development and increase of efficiency of production in engineering is the growth of automation and introduction of perfected technologies, including the application of knowledge about them.

Key words: economy, efficiency, production, enterprise, engineer, labor, finance.

Повышение эффективности машиностроительных предприятий, выпускающих все больший объем совершенствуемой продукции, сочетается с сокращением численности рабочей силы. Главным фактором ускоренного технического развития и повышения эффективности производства в машиностроении является рост автоматизации и внедрение более совершенных технологических процессов, в том числе и благодаря использованию знаний данных процессов.

Улучшение использования производственных мощностей предприятий реального сектора экономики является одним из важнейших инструментов вывода ее на повышательный тренд развития. Эффективность использования производственных мощностей зависит от множества разнообразных факторов, связанных в первую очередь с наличием и реальными возможностями разумного маневрирования, имеющимися у предприятий производственными ресурсами (человеческий капитал, средства труда, предметы труда, балансовые активы и пассивы и т.д.).

Повышение уровня использования производственных возможностей промышленного предприятия обеспечивается в результате планомерного и настойчивого осуществления комплекса целенаправленных управленческих операций. Работу по выполнению

* © Чистоходова Л.И., Бурцев Ю.А.

этой задачи необходимо рассматривать как типичный процесс управления. Для каждого управляемого процесса, как правило, существуют один или несколько рациональных параметров управления и такой контролируемый параметр, величина которого будет наиболее чувствительной к изменениям значений показателей производственной мощности и ряда других факторов, отражающих влияние внутренней и внешней среды предприятия на результаты его производственной деятельности.

Основным требованием к параметрам управления является наличие четкой методологии количественной (числовой) оценки, позволяющей в каждом конкретном случае при относительно небольших временных и материальных затратах получать строго определенные однозначные показатели его величины. Эффект управления напрямую зависит от степени объективности и простоты определения выбранного параметра управления контролируемым процессом.

Среди параметров управления производственным процессом, занимающих высокую по степени объективности и информативности оценку, выделяются фондоемкость и фондовооруженность, производительность труда, ликвидность продукции. Ревуцкий Л.В. полагает, что наиболее совершенным в этой связи является показатель уровня фактического использования потенциальных производственных возможностей предприятия, который представляет собой отношение фактической и потенциально возможной эффективности производственной деятельности хозяйствующего субъекта [1].

По нашему мнению, важнейшим универсальным экономическим показателем, отражающим объем и качество изготовленной продукции за единицу времени, является достигнутый уровень эффективности производственной деятельности. Универсальность этого показателя в том, что его количественное выражение можно интерпретировать на микро- и макроуровнях.

На микроуровне показатель эффективности дает возможность измерить производительность применяемого труда и степень загрузки производственного оборудования на каждом рабочем месте, производственном участке и в промышленной компании в целом. Он позволяет, в частности, определить способность руководителей промышленных компаний обеспечить совершенствование выпускаемой продукции в соответствии с изменениями спроса потребителей, с учетом их пожеланий в отношении дальнейшего ее улучшения при одновременном снижении ее стоимости.

На макроуровне показатель эффективности производства позволяет определить экономическую эффективность функционирования конкретных отраслей промышленности. Пользуясь этим показателем, можно сравнивать уровень конкурентоспособности выпускаемой в отрасли продукции на внутреннем и внешних рынках, а следовательно, и возможности ее реализации. Показатель позволяет определить уровень эффективности не только отдельных отраслей промышленности, но и всего промышленного производства в стране в целом.

Данный показатель используется ведущими странами Запада, что дает возможность проведения анализа на мировом уровне. Процессы глобализации экономических отношений обуславливают необходимость подобного анализа с целью получения объективной оценки конкурентоспособности производимой продукции и возможности участия на глобальном же рынке сбыта.

Обострение конкурентной борьбы на мировом рынке между отдельными компаниями постепенно приняло очертания конкуренции между США и другими странами. Появилось новое понятие «конкурентоспособность государства», которое стало отражать активность государственных организаций любой промышленно развитой страны в финансовом и прочем обеспечении ускоренного развития научных исследований, способствующих повышению эффективности производства в промышленных компаниях.

Страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависит от способности товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный товар. Один из основных показателей, определяющих товарную конкурентоспособность на мировом рынке, – показатель производительности труда, поскольку именно в процессе производства закладываются материальные основы конкуренции, которые проявляются на рынке через сравнительный уровень цен и прибыльности.

В настоящее время на первый план в мировой конкурентоспособности выходят неценовые факторы, из которых важнейшее значение приобретают качество товара, его новизна, наукоемкость и интеллектоемкость изделий. Поэтому большинство стран мира обеспечивают повышение своей товарной конкурентоспособности за счет использования инноваций, разработки высокотехнологичных продуктов, создание которых невозможно без развития научно-технического потенциала.

Для его оценки используется такой показатель как затраты на инновации. Данный показатель отражает способность страны к инновационной деятельности и, кроме величины расходов на НИОКР, учитывает расходы на дизайн и маркетинг, численность занятых в научной сфере, число полученных патентов внутри страны и за рубежом, степень защиты интеллектуальной собственности, развитость сферы образования.

На повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции непосредственным образом влияют три компонента: организационная форма управления развитием производства; постоянное совершенствование выпускаемой продукции; использование эффективных средств производства и технологических процессов.

Так, например, наблюдаемое экономическое развитие в США обеспечивается ускоренным техническим совершенствованием производства и повышением его эффективности. Созданная в стране благоприятная производственная среда стимулирует привлечение мирового капитала. Приток иностранных финансовых средств создает условия для закупки более дешевых зарубежных материалов, инструментов, приборов, что снижает издержки изготовления конечной продукции.

Для поддержания конкурентоспособности продукции необходимы: правильная оценка ситуации в отрасли и экономике страны в целом; определение целей и приоритетов компании при преобразованиях, которые носят обязательный характер в силу необходимости соответствовать требованиям изменяющейся среды; соответствие выбранной стратегии характеру отношений субъектов микро- и макросреды бизнеса.

В XXI в. развитие наукоемких технологий, продукции и становление рынка инноваций в целом, создают качественно новую среду функционирования предприятий и формируют сложные условия с высокой степенью неопределенности и риска. Это значительно усложняет возможности применения традиционно-рациональных методов управления эффективностью производства и активизирует процессы научных исследований по выявлению новых возможностей повышения эффективности производства на основе наиболее полного использования имеющихся производственных, трудовых и финансовых ресурсов и организации работы по дальнейшему совершенствованию средств производства и технологических процессов.

При этом особое внимание уделяется расширению интеллектуальных возможностей рабочих, специалистов и руководителей всех уровней на основе создания на предприятиях эффективной системы обогащения их необходимыми знаниями при активном использовании внешних источников знаний. Накапливаемые знания позволяют активизировать инновационную деятельность по совершенствованию средств производства, технологических процессов и выпускаемой продукции.

В настоящее время инвестиции в знания растут быстрее, чем инвестиции в основные фонды: в странах-членах Организации экономического сотрудничества и развития

(ОЭСР) в 90-е годы – в среднем на 3,4% в год против 2,2%. Из всего объема знаний, измеренных в физических единицах, которым располагает человечество, 90% получено за последние 30 лет, так же, как 90% из общего числа ученых и инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации, – наши современники. Это наиболее явные признаки перехода от экономики, базирующейся на использовании природных ресурсов, к экономике, основанной на знаниях [2].

Осознание социально-экономической роли знаний произошло в середине XX в., когда П. Друкер (1950, 1968) и Ф. Махлуп (1962) концептуально оформили в своих работах понимание того, что знания являются воспроизводственным активом компании. По их мнению, расширение и использование знаний как одного из эффективных ресурсов производства и управления в рамках предприятия должно привести к качественному изменению коренных основ экономики и общества в целом: первая становится «экономикой знаний», второе – «обществом знаний» [3].

Ряд экспертов полагает, что экономика знаний существенно отличается от экономики промышленного типа, когда накопление богатства было связано с материальными активами. По мнению других, это всего лишь следующая фаза индустриальной эпохи, благосостояние по-прежнему определяется производственными процессами, а нематериальные активы повышают конкурентоспособность. В частности, Нонака и Такеучи убеждены в том что, создание знания – один из важнейших источников международной конкурентоспособности [4].

Знания как непосредственный продукт деятельности возникают не только в науке – профессиональной сфере создания знаний, но и во всех других отраслях и видах деятельности. Они производятся параллельно с другими благами, но в современной экономике в значительной мере теряются. В отличие от этого в экономике знаний ценность знания как такового, хотя бы и полученного как побочный продукт, будет практически в любом случае сравнима с ценностью основного продукта. Полученные в ходе производственного процесса знания подлежат дальнейшей переработке или потреблению.

Соответственно, при осуществлении производственной деятельности знания будут повсеместно использоваться как непосредственный ресурс, заменяемость которого крайне мала. Знания являются не только самостоятельным продуктом и фактором производства, но и средством тезаврации, сохранения накопленных материально-финансовых ценностей. Уже сейчас много говорится об эффективности «инвестиций в человека». Но в обществе знаний наилучшим средством накопления смогут стать сами знания, носителем которых может быть человек, конкретная или неопределенная группа людей, электронные запоминающие устройства и т.д. [5].

Можно полагать, что темпы «инфляции знаний» при определенных условиях будут существенно ниже темпов обычной инфляции. Козырев А.Н. и Макаров В.Л. полагают, что фактически следует ставить вопрос об учете интеллектуальной собственности вообще и знаний в частности как составляющей части национального богатства. Знание как ресурс должно быть (подобно материальным и финансовым ресурсам) необходимым для поддержания надлежащего уровня национальной безопасности, должно стать объектом учета, мониторинга, складирования, хранения и периодического обновления [5].

Права собственности на знания получают иную спецификацию, чем права собственности на материально-вещественные ценности и на информационные ресурсы. Из триады «владение - распоряжение - пользование» владение будет ослаблено, распоряжение – ограничено, тогда как пользование – максимально расширено. По-видимому, права на знания будут занимать промежуточное место в широком спектре форм собственности на блага – от общественных до индивидуальных благ.

В настоящее время знания являются предметом трансакций наряду с другими цен-

ностями нематериального характера. Однако их роли как средства трансакций до сих пор не уделялось достаточного внимания. В обществе знаний для совершения трансакции практически любого типа должен использоваться значительный массив знаний. Не случайно сопровождающие трансакции письменные контракты практически любого типа в странах с развитой рыночной экономикой занимают десятки, а то и сотни страниц, в то время как в России – единицы. Показательно в этом смысле также описание цели управления знаниями: «цель управления знаниями (УЗ) – объединить знания, накопленные предприятием, со знаниями заказчика и использовать их для решения задач предприятия» [6]. Наконец, доступ знаний станет средством управления, осуществляемого в ходе производства.

В целом в новой постиндустриальной экономике знания выступают как: непосредственный продукт деятельности; предмет непосредственного конечного потребления; производственный ресурс, используемый в процессе производства продукции; предмет и средство распределения и/или рыночных трансакций; средство тезаврации; орудие или инструмент управления; средство консолидации общества и воспроизводства общественных институтов [рис. 1].

Для промышленной организации знания выступают фактором, определяющим эффективность компании. Наличие и использование знаний определяет возможности компании к непрерывному совершенствованию и служит ключом к поддержанию конкурентоспособности.

В условиях новой экономики претерпели изменения также отношения между производителем и потребителем. В индустриальную эпоху экономика функционировала в условиях массового производства и диктата производителя. К 80-м гг. XX века рост конкуренции заставил производителей ориентироваться на нужды потребителей.

Основной стратегией реагирования на повышение роли потребителя стала массовая кастомизация, т.е. снабжение покупателей специализированными продуктами по приемлемой цене. Массовая кастомизация позволяет фирмам ограничить прямую конкуренцию и продавать товар по полной стоимости.

При этом сетевая кооперация позволяет фирмам заработать на производстве дополнительных продуктов. Континуум кастомизации может простираться от чистой стандартизации (массовое производство) до чистой кастомизации (работа на заказ). Большинство фирм оперируют в середине этого континуума, осуществляя «кастомизированную стандартизацию», которая сочетает стандартизированные проектирование и производство основных узлов с кастомизированными сборкой и дистрибуцией. Внешние эффекты обусловлены такими свойствами знания, как неисключительность (трудность частного контроля), неконкурентность (неистощимость) и кумулятивность (возможность в качестве ресурса породить новое знание).

Внешние эффекты знания могут быть как намеренными, когда агенты пытаются извлечь выгоду из распространения знания, так и невольными, которые обусловлены тем, что индивид или организация не могут извлечь всю выгоду из инновации. Особый интерес представляют невольные внешние эффекты, характерные для рыночной конкуренции.

Конкуренция не только создает стимулы для производства нового знания, но также побуждает других агентов совершенствовать свою деятельность путем имитации, принятия и усвоения созданного другими знания. Таким образом, возникает «запас знания», автоматически сохраняемый в результате невольных внешних эффектов, которые, в свою очередь, являются результатом конкуренции.

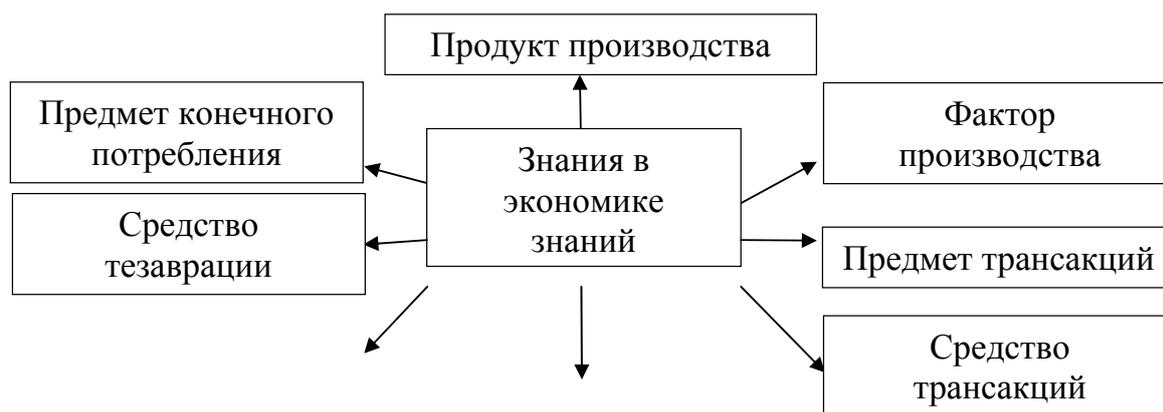


Рис. 1. Основные функции знаний в экономике знаний. Источник: Макаров В.Л. Микроэкономика знаний/В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр. экон.-мат. ин-т. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. С. 34. [7].

Анализ показывает, что в секторах, не являющихся полностью рыночными, вроде образования или здравоохранения, диффузия знания происходит не столь автоматически, а направленные на его распространение административные меры не оказывают такого мощного влияния, как конкурентный рынок.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник российской академии наук. 2003 г. Том 73. № 5.
2. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний/В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. Обществ наук РАН, Центр. экон.-мат.ин-т. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.
3. Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротака. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах/Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2003.
4. Ревуцкий Л.Д. Производственная мощность, продуктивность и экономическая активность предприятия. Оценка, управленческий учет и контроль. М.: Перспектива, 2002.
5. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003.
6. Попов В.Э., Фоминых И.Б., Харин Н.П., Виньков М.М. Управление знаниями//Вестник РФФИ. 2004. № 4.
7. Основные функции знаний в экономике знаний. Источник: Макаров В.Л. Микроэкономика знаний/ В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр. экон.-мат. ин-т. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

УДК 336.63

Фролов В.Н.ОАО «Третья генерирующая компания оптового рынка электроэнергетики»
(г. Москва)**ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ КОМПАНИИ***

Аннотация. Анализируется финансовое состояние отечественных компаний за последние три года. Приводится динамика финансово-экономических показателей российских предприятий в 2007-2009 гг. Одной из причин ухудшающегося финансового состояния является отсутствие у отечественных предприятий эффективных систем управления финансовыми рисками. После анализа существующих классификаций финансовых рисков предлагается авторский подход к классификации финансовых рисков и их описание. В статье делается вывод о том, что система управления финансовыми рисками является важнейшим элементом в системе управления современного предприятия.

Ключевые слова: финансовые риски, неплатежеспособность, финансовая устойчивость, банкротство, управление финансовыми рисками, финансовое состояние.

V. Frolov

Third Generating Company of the Wholesale Market for Electric Power
(Joint stock company)**COMPANY'S FINANCIAL RISKS**

Abstract. The author has analyzed the financial condition of national companies for the last three years, showing the trends of their financial ratios in 2007-2009. The cause of financial deterioration of national companies is rooted in a low level of financial risk managing systems in Russia. After researching the current classifications the author advances his own approach to the problem of classifying and defining financial risks. The author concludes that financial risk managing system is an important part of a company managing system.

Key words: financial risks, bankruptcy, financial stability, financial risk management, financial condition.

Финансовый кризис обнаружил целый комплекс проблем в системе управления рисками компаний во всем мире. И если финансовые институты имели хоть какие-то системы управления рисками (не будем обсуждать качество таких систем – это тема отдельного исследования), то промышленные предприятия оказались не готовы к неприятным последствиям кризиса. Российские компании не стали исключением из общей тенденции. По итогам последних трех лет наблюдалась следующая динамика основных финансовых показателей отечественных организаций (без субъектов малого предпринимательства), табл. 1.

Таблица 1

Финансовые показатели российских компаний в 2007-2009 гг.

Показатель	2007	2008	2009
Сальдо прибылей и убытков, млрд. руб.	6041	3801	4349
Удельный вес прибыльных организаций, %	74,5%	71,7%	69,9%
Коэффициент текущей ликвидности, %	130,7%	129,2%	182,0%

* © Фролов В.Н.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-10,5%	-14,1%	-20,3%
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	55,9%	50,5%	44,2%
Рентабельность активов, %	10,4	5,4	5,7
Кредиторская задолженность, млрд. руб.	10653	13353	14882
в т.ч. просроченная, млрд. руб.	833	994	958
Дебиторская задолженность организаций, млрд. руб.	11061	13783	15442
в т.ч. просроченная, млрд. руб.	887	1051	1011
Удельный вес оплаченной продукции в объеме отгруженной продукции	92,4	93,4	91,8

Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ, 2010. Режим доступа: <http://www.gks.ru>

По всем указанным показателям в 2009 г. наблюдается значительный спад. Снижение промышленного производства в России в 2009 г. составило 10,8% относительно 2008 г [1].

Эксперты связывают негативную динамику промышленного производства в России с неудовлетворительным финансовым состоянием промышленных предприятий, недостаточным внутренним и внешним спросом на промышленную продукцию, низким уровнем инвестиций в промышленное производство. Представляется, что причиной неудовлетворительного финансового состояния большинства отечественных промышленных предприятий является отсутствие качественных систем управления финансовыми рисками.

Под финансовыми рисками будем понимать вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода или капитала в условиях неопределенности в результате осуществления предприятием своей деятельности [4].

В настоящее время существует множество классификаций финансовых рисков. Так, финансовые риски могут быть классифицированы [3]:

1. По видам:

- риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития);
- риск неплатежеспособности предприятия;
- инвестиционный риск;
- инфляционный риск;
- процентный риск;
- валютный риск;
- депозитный риск;
- кредитный риск;
- налоговый риск;
- структурный риск;
- криминогенный риск;
- прочие виды рисков.

2. По характеризующему объекту:

- риск отдельной финансовой операции;
- риск различных видов финансовой деятельности;

- риск финансовой деятельности предприятия в целом.
- 3. По совокупности исследуемых инструментов:
 - индивидуальный финансовый риск;
 - портфельный финансовый риск.
- 4. По комплексности исследования:
 - простой финансовый риск;
 - сложный финансовый риск.
- 5. По источникам возникновения:
 - внешний;
 - внутренний.
- 6. По финансовым последствиям:
 - риск, влекущий только экономические потери;
 - риск, влекущий упущенную выгоду;
 - риск, влекущий как экономические потери, так и дополнительные поступления.
- 7. По характеру проявления во времени:
 - постоянный финансовый риск;
 - временный финансовый риск.
- 8. По уровню финансовых потерь:
 - допустимый финансовый риск;
 - критический финансовый риск;
 - катастрофический финансовый риск.
- 9. По возможности предвидения:
 - прогнозируемый финансовый риск.
 - непрогнозируемый финансовый риск.
- 10. По возможности страхования:
 - страхуемый финансовый риск;
 - нестрахуемый финансовый риск.

При рассмотрении классификации финансовых рисков по видам необходимо отметить, что риск снижения финансовой устойчивости и риск неплатежеспособности предприятия являются следствием прочих финансовых рисков, и в свою очередь могут привести к главному негативному последствию – банкротству компании. Кроме того, предлагается исключить из перечня финансовых рисков структурный риск и криминальный риск как риски, не носящие финансового характера. Бурное развитие финансовых рынков в России формирует новый вид риска для отечественных предприятий – биржевой риск.

Таким образом, карту рисков современного предприятия можно представить следующим образом:

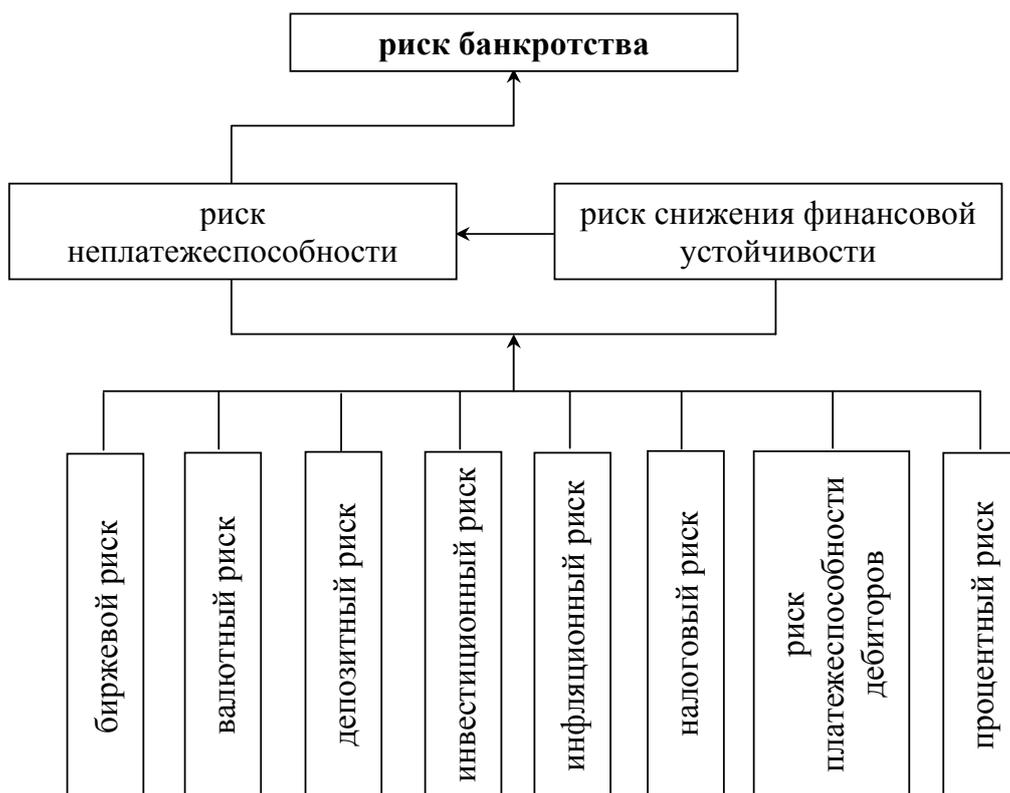


Рис. 1. Карта финансовых рисков современного предприятия.

Биржевой риск. Потеря активов при неблагоприятном изменении курса ценных бумаг (эмитированных прочими компаниями).

Валютный риск. Возникает у компаний, ведущих внешнеэкономическую деятельность и получающих валютную выручку; закупающих сырье, материалы и оборудование в иностранной валюте; имеющих на своем балансе денежные средства либо финансовые вложения, номинированные в иностранной валюте. Данный риск проявляется в недополучении предусмотренных доходов либо увеличении запланированных расходов.

Депозитный риск. Риск невозврата депозитных вкладов (процентов) в намеченный договором срок или в полном объеме. В условиях усилившегося финансового кризиса и неустойчивости банковской системы данный вид риска вновь стал актуальным.

Инвестиционный риск. Этот риск характеризует возможность возникновения финансовых потерь в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия. Для того чтобы не путать данный риск с биржевым риском, не будем относить к нему портфельные инвестиции в биржевые инструменты.

Инфляционный риск. Связан с вероятностью потерь реальной стоимости дебиторской задолженности при существенной отсрочке или задержке платежа, стоимости капитала, ожидаемых доходов; увеличения себестоимости товаров, продукции, работ, услуг из-за увеличения цены на энергоносители, транспортных расходов, заработной платы и т.п.; уменьшения реальной стоимости средств по инвестиционной программе.

Налоговый риск. Отражает вероятность введения новых налогов и сборов, увеличения уровня ставок по существующим налогам и сборам, изменения сроков и условий осуществления налоговых платежей, отмене льгот по некоторым налогам и сборам.

Риск платежеспособности дебиторов. Возникает при предоставлении товарного (коммерческого) кредита или реализации продукции с отсрочкой платежа.

Процентный риск. Заключается в неблагоприятном изменении процентной ставки на финансовых рынках (как депозитной, так и кредитной).

В завершении необходимо еще раз отметить, что управление финансовыми рисками является важнейшей задачей любой компании. Отсутствие механизмов управления финансовыми рисками ведет к потере финансовой устойчивости предприятия и во многих случаях – к банкротству.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2009 году. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ, 2010. Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ, 2010. Режим доступа: <http://www.gks.ru>
3. Управление рисками, риск-менеджмент на предприятии, 2010. Режим доступа: <http://www.risk24.ru>
4. Антышев Д.Б. Управление финансовыми рисками промышленного предприятия: Диссертация на соискание ученой степени канд. экон. наук. СПб. , 2002. Режим доступа: <http://www.dissforall.com>

МЕСТО И РОЛЬ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ СЕЗОННОГО ХАРАКТЕРА*

Аннотация. Рассматривается значимость и особенности стимулирования сбыта и организации мотивационных программ продвижения товаров сезонного характера на примере рынка влажных салфеток. Раскрывается понятие сезонности в формировании системы стимулирования сбыта, описывается цикличность мотивационных программ на рынках с высокой сезонной зависимостью. Выделены основные направления маркетинговой деятельности компании при решении проблем сезонного спада, показана их необходимость в период сезонного спада продаж.

Ключевые слова: сезонность, спрос, стимулирование сбыта, кривая спроса.

A. Ebergardt

Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics

PLACE AND ROLE OF SALES PROMOTION FOR SEASONAL GOODS

Abstract. This article considers the importance and peculiarities of sale promotion programs for seasonal goods, which is illustrated through the wet wipes market. The terms of seasonal prevalence and sale promotion have been described. The recurrence of sale promotion programs in the markets of high seasonal dependence is shown. The mainstream marketing activities to cover seasonal decline have been pointed out.

Key words: seasonal prevalence, sale promotion, demand curve.

В связи с развитием экономики в последние десятилетия изменился менталитет российского предпринимателя: долгосрочная альтернатива получения стабильного дохода начинает доминировать по сравнению с краткосрочными целями максимизации прибыли. В связи с этим методы и подходы к управлению предприятием стали смещаться в сторону четко выработанной стратегии развития компании и продвижения ее товаров на рынке, стремлению к точному прогнозированию и планированию не только производства и сбыта, но и инвестиций в продвижение.

Сезонность – один из важнейших факторов, который необходимо учитывать при производстве и продвижении товара, а следовательно, и при планировании программ по стимулированию сбыта. На примере рынка влажных салфеток как типичного товара сезонного спроса, видна особая роль сезонного маркетинга. Так, пик продаж приходится на самые теплые месяцы года: конец второго – начало третьего квартала года.

В экономике понятие «сезонность» получило широкое распространение в экономико-математическом моделировании и, более широко, в прогнозировании продаж товаров сезонного характера. Суть сезонных колебаний состоит в наличии цикла, т.е. постоянных изменений, которые имеют повторяющийся характер в течение года. Сезонность может носить как регрессивный, так и прогрессивный характер, как более или менее устойчивая закономерность внутригодовой динамики – обладает регулярностью, а также влияет на деловую активность социально-экономической системы [2, 91-102].

Сезонность в продажах, а следовательно, и в продвижении продуктов, приводит к

* © Эбергарт А.Е.

необходимости циклического способа маркетингового стимулирования. При таком способе вся мотивационная деятельность начинается примерно в одно и то же время и так же синхронно заканчивается. Так, на рынке влажных салфеток она начинается в марте-апреле и заканчивается в июле. В результате компании вынуждены не только резко увеличивать рекламные бюджеты в этот период, но и зачастую сокращать время, в течение которого продвигается товар, так называемые «активные недели». Исследования показывают, что во многих случаях гораздо эффективнее начинать мотивационный цикл до выхода в высокий сезон с тем, чтобы подойти к началу сезона с уже восстановленным уровнем знания марки, что приведет [1, 21]:

- к получению конкурентного преимущества,
- быстрому росту продаж в начале сезона,
- более длительному нахождению на пике продаж.

То же самое можно сказать и о выходе из сезона: если заканчивать цикл продвижения позже, то падение продаж будет не таким резким и быстрым. Применительно к рынку влажных салфеток это является наиболее важным фактором, т.к. на выходе из сезона (в августе-сентябре) продажи могут упасть по сравнению с июлем на 30-40%. Таким образом, можно сделать вывод, что мотивационный цикл на рынке влажных салфеток эффективнее начинать уже в феврале, а заканчивать – в сентябре.

Необходимо отметить и тот факт, что привязка высокого и низкого сезонов к месяцам условна, т.к. в первую очередь зависит от региона. Так, на юге нашей страны сезон продаж «летних товаров», к которым относят и влажные салфетки, начинается значительно раньше и заканчивается позже. В Сибири, например, этот сезон может быть как 3 месяца, так и полгода. Поэтому анализ сезонности товара, в данном случае, будет не просто важной составляющей, а ключевой, которая должна учитывать климатические, демографические и миграционные особенности регионов. В связи с тем, что лето 2010 г. выдалось исключительно жарким на всей территории России, а в Сибирь и на Дальний Восток оно пришло раньше обычного, то прирост по этим регионам составил более 30% к предыдущему году, что показано на диагр. 1. Также можно отметить, что и в центральной части России сезонность несколько сместилась и сгладилась относительно привычной.



Диагр. 1. Рост продаж влажных салфеток в Дальневосточном и Сибирском регионах. Построена автором на основе показателей работы ООО «Малтимэкс»

Решением проблем, связанных со сбытом товаров сезонного характера для компании,

стремящейся занять место лидера на рынке, является стимулирование сбыта и разработка мотивационных программ по продвижению товара.

Стимулирование сбыта можно определить как маркетинговый процесс формирования и реализации стимулов и предложений, которые побуждают человека активизировать свой спрос. Верно и другое определение: *стимулирование сбыта* – это цели относительно продвижения и продаж, которые ведут к росту последних в краткосрочном периоде. На наш взгляд, определение Ф. Котлера наиболее точно подходит в контексте товаров сезонного характера: *стимулирование сбыта* характеризуется применением вознаграждений и стимулов, которые могут заставить потребителя купить товар в тот же момент, а не позже [3, 173]. Как бы ни звучало определение, необходимо понимать, что стимулирование сбыта – это всегда комплекс мер, которые заставляют покупателя приобретать тот или иной товар. В осенне-зимний период, период «низких продаж», это становится наиболее актуальным, так как является средством получения дополнительной прибыли в месте продажи и в настоящий момент.

Выбор стратегий продвижения сезонных товаров на рынке предполагает комплексный подход, который, с одной стороны, включает в себя анализ деятельности конкурентов, изучение возможностей продвижения предприятий в зависимости от сезона, с другой – калькуляцию затрат на продвижение в зависимости от сезона и анализ их эффективности. На выбор также влияют цели, которые ставят перед собой компании-участники рынка. Основными из которых являются:

- завоевание большей доли рынка, по сравнению с конкурентами,
- завоевание большей доли рынка, по сравнению с предыдущим сезоном,
- получение максимальной прибыли,
- повышение узнаваемости марки.

Перед компаниями-производителями товаров с высокой сезонностью дополнительно стоит сложный выбор: поиск товаров-заменителей, которые помогут сгладить сезонные колебания спроса, либо использование всех доступных каналов и методов стимулирования сбыта в низкий сезон. Отечественные компании производители влажных салфеток, как правило, имеют еще одну особенность: активное противопоставление себя зарубежным конкурентам. Очень часто компании делят конкурентов на «своих» и «чужих». Отчасти это вызвано тем, что продвижение отечественных и импортных товаров во многих категориях имеет свои отличительные особенности.

Спрос на влажные салфетки можно охарактеризовать как импульсный. При этом представленный на рынке ассортимент товаров в группе влажных салфеток, как правило, очень широк, а вероятность появления мелких игроков сезонных товаров достаточно высока. Поэтому компании-производители вынуждены стимулировать сбыт и в так называемый «высокий сезон». Чаще всего стимулирование сбыта не зависит от степени концентрации конкуренции на данном рынке товаров. Производители вынуждены искусственно повышать узнаваемость своих марок через продвижение и мотивационные программы. В то же время производители стараются получить максимальную прибыль от продажи своих товаров в высокий сезон, чтобы компенсировать спад продаж в период низкого сезона. Еще одной причиной продвижения влажных салфеток в высокий сезон является то, что благодаря высоким продажам в этот период есть вероятность закрепить свои позиции на полке и в низкий сезон.

Таким образом, большая часть производителей сосредоточена на стимулировании продаж, а как следствие – и спроса, – только в период высокого сезона. По нашему мнению, такое решение ошибочно. Как уже было отмечено выше, рынок влажных салфеток характе-

ризуется двумя основными моментами:

1. ежегодное появление новых мелких игроков (желание получить сиюминутную прибыль велико),
2. приравнивание влажных салфеток к товарам импульсного спроса, не зависящим от приверженности к той или иной марке.

Вследствие этого компании, которые не мотивируют покупателей в низкий сезон или не имеют товаров-заменителей под этой же маркой, рискуют начинать каждый последующий сезон на уровне нового игрока, завоевывая потерянную долю рынка. Таким образом, одним из способов решения проблемы, по нашему мнению, будет являться выравнивание кривой сезонности.

Одной из стратегий выравнивания кривой сезонности является принятие решения о стимулировании сбыта в низкий сезон. Такие решения даются компаниям с трудом, т.к. инвестиции в низкий сезон выше, а получаемая чистая прибыль – меньше, чем за аналогичный период мотивационной программы в высокий сезон. С другой стороны, при формировании обоснованных мотивационных программ позитивный эффект может распространиться на долгосрочный период, что поможет компании не только сгладить кривую сезонности, но и повысить продажи в высокий сезон, не прибегая к значительным инвестициям. Компания, которая не хочет заниматься стимулированием сбыта в низкий сезон, должна произвести и реализовать столько товара, чтобы покрыть плановые издержки простоя станков в низкий сезон. Таким образом, продажи в высокий сезон должны превышать процент сезонного прироста. Но достичь этого без тщательной подготовки к сезону намного сложнее. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что компания все равно будет вынуждена заниматься планированием, организацией и проведением мотивационных программ в межсезонье.

Выравнивание кривой сезонности может проходить по трем направлениям:

1. мотивационные программы и стимулирование сбыта на выходе из сезона,
2. мотивационные программы и стимулирование сбыта на входе в сезон,
3. мотивационные программы и стимулирование сбыта в течение всего низкого сезона.

Последний способ требует значительных инвестиций, поэтому наименее реализуем на практике.

Уточним различия между мотивационной программой и стимулированием сбыта. В широком смысле эти понятия похожи, т.к. цель одна: максимизация продаж. Различия – в методах и средствах реализации. По нашему мнению, мотивационная программа – это комплекс мер, направленных на повышение заинтересованности продавцов продавать товар, продвинуть его через все ступени дистрибуции (конкурсы для продавцов, выбор лучшего продавца и т.п.). Стимулирование сбыта – это комплекс мер, направленных на заинтересованность покупателей приобрести товар (скидки, купоны, подарки).

Для получения синергетического эффекта необходимо использование всех методов продвижения.

Использование компаниями-участниками рынка программ продвижения на выходе из сезона и на входе в сезон дает им возможность не столько получения дополнительной прибыли (при том, что затраты на продвижение будут больше по сравнению с затратами в период высокого сезона), сколько выгоды оптимизации:

- загрузить производственные мощности, которые простаивают в низкий сезон – производитель не несет убытки за простой станков;
- повысить узнаваемость марки – в низкий сезон концентрация внимания на продвигаемой марке будет выше;
- сохранить за собой место на полке – срок окупаемости по вводу ассортимента в торговую точку уменьшается;

- сохранить занимаемую долю рынка,
- ускорить продажу, а как следствие и оборачиваемость товара,
- придать регулярность сбыту,
- оживить продажи товара, который переживает сезонный застой.

Из приведенной диагр. 2 видно, что, несмотря на ежегодный прирост продаж влажных салфеток, их объем значительно падает в низкий сезон. Тем не менее при проведении мотивационных программ и программ по стимулированию сбыта на границах сезонности, падение продаж становится не таким продолжительным и затяжным.



Диагр. 2. Пример сглаживания кривой сезонности на рынке влажных салфеток.
Построена автором на основе показателей работы ООО «Малтимэкс»

Таким образом, изучение кривой сезонности является главной и значимой составляющей работы любой компании, работающей на рынке влажных салфеток. А организация и проведение программ по продвижению помогают компании распродать как свои товарные запасы, так и помочь разгрузить склады посредников. Преимущества организации и проведения мотивационных программ на выходе и входе в сезон, а также в межсезонье помогает компаниям-производителям не только загрузить свои производственные мощности и снизить плановые убытки, но и тщательно подготовиться к входу в новый высокий сезон.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Sales Promotion. How to Create and Implement Campaigns that Really Work, third Edition by Julian and Roddy Mullin Cummins. Kogan page, London, 2009
2. Губанов В.А., Ковальджи А.К. Выделение сезонных колебаний на основе вариационных принципов // ЭММ, 2001. Том 37. №1.
3. Кибиткин А.И., Коник Р.В. Сезонные колебания: необходимость учета и способы расчета/Доклад на научно-экономической конференции МГТУ. М.: МГТУ, 2000.
4. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. Нева, 2003.
5. Менар К., Вальцескини И. Создание и защита коллективных товарных знаков//Вопросы экономики. 1999. № 3.
6. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности/ Под ред. А.А. Спирина, О.Э. Башиной. М.: Финансы и статистика, 1997.

ОЦЕНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ*

Аннотация. Анализируются показатели энергопотребления и эффективности использования энергетических ресурсов. Рассмотрен порядок расчета энергоемкости продукции во взаимосвязи с ее металлоемкостью и методика, содержащая в своей основе принцип составления материального и энергетического балансов. Однако изучать расходы энергоресурсов в отдельно взятом технологическом процессе или по отдельным энергоносителям необходимо с учетом всех особенностей производства, начиная со стадии добычи и обработки первичного сырья и заканчивая стадией упаковки и транспортировки готового продукта.

Ключевые слова: энергетические ресурсы, энергопотребление, энергоэффективность, энергоемкость, расходный коэффициент.

I. Kashkina

The Russian New University (Moscow)

ESTIMATING FIGURES OF EFFECTIVE POWER CONSUMPTION OF PRODUCTION IN RUSSIA

Abstract. The article is focused on the analysis of estimating figures of power consumption and effectiveness of the use of energy resources. The main concern of the paper is the pattern of calculation of power consumption of production in connection with its steel intensity as well as the procedure based on the principle of the composition of material and energy balances. The author puts a particular accent on the fact that the study of energy consumption in a separate technological process or on individual energy carriers requires considering all features of production, beginning from the stage of mining and raw material processing to packing and transporting the output.

Key words: energy resources, energy consumption, effective use of energy, power-consuming, power consumption coefficient.

На сегодняшний день потребление энергии остается одним из важнейших не только экономических, но и социальных процессов, во многом определяющих уровень жизни людей. Анализ динамики потребления первичных энергоресурсов показал, что за прошлое столетие общее потребление их в мире увеличилось в 13-14 раз [1]. Влияние темпов мирового экономического развития и, соответственно, рост спроса и цен на энергоносители и другие факторы, приводили к увеличению величины потребления первичных энергоресурсов. Вследствие этого за первую половину XX в. оно возросло примерно на 3 млрд. т у.т., а за второе пятидесятилетие – на 9,5 млрд. т у.т. Причем в пределах второго пятидесятилетия прирост был неодинаковым: в 1950-1960 гг. произошло увеличение потребления первичных энергоресурсов на 0,7 млрд. т у.т., в 1960-1970 гг. – на 2,1 млрд. т у.т., в 1970-1980 гг. – на 1,9 млрд. т у.т., в 1980-1990 гг. – на 2,1 млрд. т у.т., в 1990-2000 гг. – на 2,7 млрд. т у.т. [1], что связано с неравномерностью экономического развития стран мира. Вследствие роста энергопотребления крупнейшими развивающимися стра-

* ©Кашкина И.О.

нами, идущими по пути индустриализации, в 2007 г. потребление энергоресурсов в мире составило 11,1 млрд. т у.т. [2].

С обострением мирового финансово-экономического кризиса и началом падения мирового валового внутреннего продукта (ВВП) стали сокращаться глобальные потребности в топливе, а также и финансовые возможности закупки энергоресурсов. Так, по оценке Международного энергетического агентства, выражающего в основном позицию импортеров энергоресурсов, в 2008 г. глобальный спрос на энергоносители впервые снизился (на 0,2%) [3]. А согласно данным British Petroleum, рост потребления основных видов первичной энергии за 2008 г. замедлился до 1,7%. Причем в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) энергопотребление сократилось на 2,1%, тогда как в развивающихся государствах данный показатель продолжал увеличиваться (в Китае – на 7,5%, Индии – на 5,9, Индонезии – на 5,5, Бразилии – на 3,5%) [3]. Таким образом, в группе развивающихся стран впервые суммарное потребление превысило суммарное потребление первичной энергии странами ОЭСР.

Финансово-экономический кризис самым серьезным образом отразился на экономике и в том числе энергетическом секторе России. Тем не менее именно энергетика, представляющая собой отрасль, на которой строится система жизнеобеспечения всех российских регионов, может и должна сыграть в ближайшие годы ключевую роль в преодолении кризиса и дальнейшем развитии экономики. В утвержденной Правительством РФ Энергетической стратегии до 2030 г. наряду с вопросами развития топливно-энергетического комплекса рассматриваются задачи внедрения инновационного подхода уже в саму энергетическую отрасль, перевод ее деятельности на высокотехнологичные рельсы и увеличение доли добавленной стоимости, производимой внутри страны.

Изучение показателей энергопотребления и эффективности использования энергетических ресурсов как на мировом уровне, так и в отдельных отраслях, регионах и хозяйствующих структурах может способствовать выявлению и реализации мер, обеспечивающих удовлетворение потребностей в товарах и услугах при наименьших экономических и социальных затратах на необходимую энергию, и при минимальных расходах, необходимых для сохранения природной среды.

Исследования показывают, что среди основных показателей уровня энергосбережения те страны, в которых максимально эффективно использование энергоресурсов является частью экономической политики, как правило, выделяют количественные характеристики удельной энергоемкости продукции, выраженные в виде физических, денежных или других единиц измерения. На уровне страны также могут быть применены конкретные выражения энергоемкости производимой продукции (работ, услуг), в том числе такой показатель, как удельная энергоемкость единицы произведенного валового внутреннего продукта, или валовой добавленной стоимости. Для отраслей и предприятий это может быть целый перечень конкретных показателей. Как известно, производственную деятельность в области энергосбережения характеризуют абсолютными, удельными и относительными показателями энергопотребления и потерь энергетических ресурсов в ходе хозяйственной деятельности за определенный промежуток времени.

К примеру, энергоемкость производства выступает в качестве интегральной оценки экономичности использования топливно-энергетических ресурсов при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг. Обратимся к расчету энергоемкости продукции, представленной двумя составляющими – энергозатратами на сырье и материалы, использованными при производстве продукции и прямыми энергозатратами конкретного технологического процесса [4]:

$$\mathcal{E}_j = \sum_{i=1}^n \sum_{\gamma=1}^3 H_{i,\gamma} N_{\gamma} k_i + \sum_{\gamma=1}^3 H_{\gamma} N_{\gamma} , (1)$$

где \mathcal{E}_j – энергоемкость j -ой продукции;
 $i=1,2,\dots,n$ – виды сырья и материалов, затрачиваемые при производстве данного вида продукции;

$\gamma=1,2,3$ – виды энергоресурсов (котельно-печного топлива, теплоэнергии, электроэнергии);

$H_{i,\gamma}$ – фактический среднеотраслевой удельный расход γ -го вида энергоресурсов при производстве i -го вида сырья или материала;

H_γ – фактический среднеотраслевой удельный расход γ -го вида энергоресурсов в технологическом процессе производства данной продукции;

N_γ – коэффициент перевода γ -го вида энергоресурса в условное топливо;

k_i – среднеотраслевой расходный коэффициент i -го вида сырья или материала при производстве данного вида продукции.

Расходный коэффициент (k_i) определенного вида сырья или материала при производстве рассматриваемой продукции отражает прямую зависимость между материалоемкостью и энергоемкостью продукции. Реализация мероприятий по снижению расходного коэффициента позволяет добиться успехов в области эффективного использования энергоресурсов, прежде всего в сырьевых и фондосоздающих отраслях.

Следовательно, наглядным примером определения энергоемкости продукции во взаимосвязи с ее металлоемкостью может служить черная металлургия, являющаяся одной из наиболее энергоемких отраслей промышленности. Управление расходным коэффициентом, допустим, металла, позволит снизить энергоемкость продукции, что в дальнейшем приведет к уменьшению уровня энергопотребления. Например, на Магнитогорском металлургическом комбинате (ММК) ведется постоянная работа по совершенствованию технологии производства и снижению расходных коэффициентов, включающая в себя пересмотр объемов инвестиций, снижение цен на сырье, сокращение расхода основных видов сырья, освоение новых видов продукции.

Так, снизить расходные коэффициенты в первом квартале 2009 г. позволили увеличившиеся на 22,8% объемы переработки металлургических шлаков по сравнению с показателями предыдущего квартала и составившие 1,55 млн т [5]. В условиях мирового финансового кризиса для стабилизации экономического положения каждого предприятия большую роль играет экономия всех видов ресурсов. Следовательно, на ММК занимаются поиском внутренних резервов сырья, к которым относится, в частности, переработка металлургических шлаков.

В последние 20-30 лет в мировой практике шел интенсивный поиск методов сокращения расхода энергии в металлургии. Применение всевозможных подходов привели к снижению расхода энергии нетто в мировой металлургии более, чем на 30%, а показатель энергопотребления главных европейских металлургических заводах полного цикла в настоящее время составляет менее 20 ГДж (682 кг т у.т.) на тонну жидкого металла [6]. Кроме того, полная энергоемкость металлургической промышленности в среднемировом измерении на сегодняшний день составляет примерно (в кг у.т. на тонну продукции): медь – 5000; сталь – 750-850; алюминий – 7000; огнеупоры – 220 [6].

Рассмотрим методику, содержащую в своей основе принцип составления материального и энергетического балансов [7]. Расчет расходных коэффициентов производился для каждого процесса (добыча руды, обогащение, окускование сырья, выплавка чугуна, выплавка стали, производство проката) в расчете на единицу конечного продукта.

Так, например, определив по результатам энергобаланса удельные расходы энергоресурсов на выплавку 1 т стали, рассчитывается количество выплавленной стали (M^{cm})

необходимое для производства 1 т проката при заданной структуре технологий в прокатном производстве

$$M^{cm} = \frac{1}{\sum_{Pnr} \beta_p^{np} \gamma_p^{год}}, \quad (2)$$

где Pnr – индекс технологии прокатного производства,

β_p^{np} – доля в производстве проката, причем $\sum_p \beta_p^{np} = 1$,

$\gamma_p^{год}$ – выход годного при p -ой технологии прокатного производства.

Затем исчислялся расход энергоресурсов (\mathcal{E}_{jk}^{cm}) в расчете на 1 т проката.

$$\mathcal{E}_{jk}^{cm} = \mathcal{E}_{jk}^{cm} M^{cm}, \quad (3)$$

где j – индекс процесса выплавки стали и всей технологической схемы.

Количество выплавленного чугуна ($M_j^{чуг}$), необходимое для производства 1 т проката, определяется по формуле:

$$M_j^{чуг} = \frac{g_j^{чуг}}{\sum_{Pnr} \beta_p^{np} \gamma_p^{год}}, \quad (4)$$

где $g_j^{чуг}$ – расход чугуна в j -ой технологии выплавки стали, 1 т чугуна/1 т стали.

А расход энергоресурсов в производстве чугуна в расчете на 1 т проката составит:

$$\mathcal{E}_{jk}^{чуг} = \mathcal{E}_{jk}^{чуг} M_j^{чуг}. \quad (5)$$

Поскольку в разработанной методике [7] расходные коэффициенты определяются на основе материального баланса процессов, то данный подход позволяет выявлять эффективность каждого процесса с точки зрения использования металла на энергетические затраты всей технологической схемы проката.

Итак, в основной методике оценки расходов ресурсов, как показывают исследования, базируются либо на сравнении фактических и нормативных затрат по отдельным агрегатам и участкам производственного процесса, либо на составлении балансов потребляемых ресурсов (материальный баланс, тепловой баланс, топливный баланс и пр.). Однако такие методы, на наш взгляд, не позволяют оценить в полной мере возможности энергосбережения, поскольку недостаточно анализировать расходы энергоресурсов в отдельно взятом технологическом процессе или по отдельным энергоносителям. Объективная оценка эффективности внедрения энергосберегающих мероприятий может быть получена с учетом всех особенностей производства, начиная со стадии добычи и обработки первичного сырья и заканчивая стадией упаковки и транспортировки готового продукта.

Следовательно, при определении энергоэффективности необходимо использовать как апробированные способы, так и их усовершенствованные варианты. Важно сочетать микроэкономические показатели (по отдельным технологическим процессам, хозяйствующим субъектам и пр.) с макроэкономическими показателями эффективности энергопотребления (по отраслям экономики и непродуцированной сферы, валового регионального и внутреннего продукта).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Максаковский В.П. Пути развития мировой энергетики // География. 2002. № 31.
2. Иванов А.С., Матвеев И.Е. Мировой энергетический рынок: «перезагрузка» в контексте глобального финансово-экономического кризиса // Бурение и нефть. 2009. №11.
3. Матвеев И. Серьезные неурядицы // Мировая энергетика. 2009. № 8.
4. Давыдов Б.А., Белицкий В.Г., Лященко Г.А. Влияние металлоемкости продукции черной металлургии на уровне энергопотребления // Проблемы энергосбережения. № 4, 1990.
5. Кудрявцев О. Магнитка: дорогу – «новому классическому»! // Металлоснабжение и сбыт. 2009. № 7.

6. Вышегородский Д. Энергопотребление и энергосбережение в российской металлургии // Уральский рынок металлов. 2005. № 6.
7. Степанов В.С., Степанова Т.Б. Методы оценки энергетической эффективности основных направлений экономии металла // Проблемы энергосбережения. 1990. № 4.

УДК 338.012

Лимонов В.И.

ООО «Объединение санаторно-курортных и оздоровительных предприятий
«Профатомфонд» (г. Москва)

ЭВОЛЮЦИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)*

Аннотация. В основу работы положены исследования трансформации и характера взаимоотношений между санаторно-курортной сферой и экономикой. Выделены три периода развития этих взаимоотношений, водоразделом между которыми служат: а) социальная революция 1917 года и б) социально-экономические преобразования 90-х гг. XX в. Представлен дифференцированный анализ отдельных групп организаций современного санаторно-курортного комплекса Российской Федерации по степени их включения в рыночную экономику.

Ключевые слова: курортное дело, экономика, группы здравниц, рыночные отношения, государственные гарантии, общественные финансовые средства, рыночные финансовые ресурсы.

V. Limonov

Association of Health Resort Enterprises “Profatomfond”

THE EVOLUTION OF THE HEALTH RESORT SPHERE OF RUSSIA: STRUCTURAL AND ECONOMIC ASPECTS

Abstract. The paper researches the nature and transformations of health-resort sphere and national economy mutual ties. Three periods have been distinguished in the development of these interrelationships, the borderlines being the following: a) the social revolution of 1917 and b) the socio-economic transformations of 1990s. Separate groups of enterprises presenting the Russian Federation health-resort complex have been analyzed from the angle of their involvement in market economy.

Key words: health-resort business, economics, groups of health-resort enterprises, market economy, state guarantees, public finance, market finance.

Проблемы взаимоотношения курортного дела и экономики сложны и многоплановы и поэтому являются теоретически и практически актуальными: без положительного их решения невозможно понять суть современных тенденций курортного дела.

Общей методологической основой решения этих проблем является разграничение сфер деятельности: оздоровление, воспроизводство трудового потенциала – основного фактора производства (с точки зрения возможности осуществления экономической деятельности), с одной стороны, и экономических (с точки зрения возможности существования человечества) – с другой. Пересечение (наложение) отношений, выражаемых курортным делом и экономикой, точки их соприкосновения выявляют взаимные общие закономерности развития, совпадение и взаимовлияние, взаимообусловленность и взаимопроникновение этих сфер человеческой деятельности.

Действительно, взаимоотношение курортного дела и экономики опосредовано многими прямыми и косвенными отношениями, проявляющими себя открытым или скрытым образом.

* © Лимонов В.И.

Во-первых, экономические отношения, как и у любой другой отрасли, возникающие по поводу производства, распределения, обмена и потребления воспроизводимых экономических благ, охватывает санаторно-курортную сферу в той степени, в какой она требует для своего функционирования экономических ресурсов. В данном случае санаторно-курортная сфера выступает в качестве потребителя экономических ресурсов в их материально-вещественной и денежной формах. Каналы расходования экономических ресурсов связаны с решением проблем восстановления и поддержания здоровья посредством лечения, профилактики болезней, сохранения природных лечебных ресурсов и др.

Во-вторых, конечной целью функционирования санаторно-курортного комплекса как элемента отечественного здравоохранения является улучшение (сохранение и восстановление) здоровья населения. Общественное здоровье есть основной экономический ресурс страны, главная составляющая ее ресурсного потенциала, так как результат производственной деятельности предопределяется, прежде всего, производительным трудом людей.

Характер взаимоотношений между курортным делом и экономикой в России претерпевал множественные изменения. Следует, на наш взгляд, выделить три основных периода развития и понимания взаимоотношений между курортным делом и экономикой в России, водоразделом между которыми служат: а) социальная революция 1917 г. и развитие социалистических форм хозяйствования и б) рыночные преобразования государственной экономической системы 90-х гг. XX г. и развитие капиталистических форм хозяйствования.

Общим для первого (досоциалистического) периода было преимущественно покровительственное отношение к курортному делу, внутренне не обусловленное потребностями развития производительных сил. Состояние курортного дела характеризовалось зарождением специфического рыночного товарообмена санаторно-курортных услуг, недоступностью курортного лечения широким массам населения, низким уровнем организации лечебной работы, доминированием частной практики. Это позволяет, как нам представляется, трактовать исторически раннюю организационно-экономическую модель курортного дела как фрагментарную санаторно-курортную сферу, не образующую санаторно-курортного комплекса. Основной задачей функционирования такой сферы является поддержание и укрепление индивидуального, а не общественного здоровья.

На смену воззрениям, рассматривающим курортное дело исключительно как непроизводительную сферу, не создающую стоимости, не увеличивающую национального богатства, в советское время пришло другое понимание, и отношение экономической науки к курортному делу стало изменяться в сторону признания ее полезности для развития экономики как важного фактора экономического роста и богатства страны, производительного характера труда ее работников, приравнивая к труду в материальном производстве.

На наш взгляд, следует выделить четыре наиболее существенные объективные исторические предпосылки, которые служили факторами организационного и социально-экономического обобществления санаторно-курортной сферы и которые нашли свое проявление уже в эпоху раннего социализма, а наиболее рельефно проявились в период с 1960 по 1990 гг., или «золотое тридцатилетие» курортного дела.

Во-первых, в этот период было накоплено большое количество сведений по месторождениям природных лечебных ресурсов и механизмам лечебного воздействия курортных и физических факторов, получают динамичное развитие и распространение новые санаторно-курортные технологии. Это обуславливало объективную необходимость включения в курортное дело кооперационных форм труда для организации комплексного санаторно-курортного лечения пациентов с одновременным углублением специализации

персонала и распространением узкопрофильных курортных и широкопрофильных внекурортных здравниц. В тоже время возникают проблемы по обеспечению преемственности в деятельности здравниц. Причем особенности разделения труда и технологий лечения в курортном деле требуют сведения к минимуму промежутков времени для передачи пациента от одного специалиста к другому, рационализации взаимодействия медицинских учреждений (поликлиника – больница – санаторий).

Во-вторых, совершенствование санаторно-курортных технологий становится причиной применения в отрасли более сложного и дорогостоящего оборудования, способствует росту фондовооруженности санаторно-курортной деятельности, требует привлечения в курортное дело все более крупных инвестиций. Получают распространение общественные формы собственности на средства труда в курортном деле и общественные инвестиционные фонды курортного дела.

В-третьих, с усложнением санаторно-курортных технологий одновременно происходит интенсивное удорожание стоимости обслуживания людей в здравницах. Индивидуальное возмещение издержек по санаторно-курортному лечению становится проблемой для большинства населения. Следствием этого является возникновение и распространение общественных форм финансирования санаторно-курортных услуг через всевозможные централизованные и нецентрализованные общественные фонды.

В-четвертых, основой модели социальной политики государства стала уравнительная, эгалитарная модель распределения. Распределение, оцениваемое преимущественно с позиций критериев социального равенства и не связанное с экономической эффективностью. Фрагментарная сфера частных санаторно-курортных услуг эволюционно трансформируется в систему общественного курортного дела.

Для нынешних условий наиболее результативным вариантом является симбиоз общественных и частных форм санаторно-курортного обслуживания людей. В этой связи плодотворным представляется дифференцированный анализ отдельных групп организаций санаторно-курортного комплекса (здравниц) по степени их включения в рыночную экономику.

Первая – совокупность здравниц, входящих в зону действия преимущественно нерыночных отношений. Эта группа значительно удалена от рынка санаторно-курортных услуг, и входящие в нее здравницы лишь косвенно испытывают на себе колебания конъюнктуры рынка. В тоже время здесь заметно активное влияние органов управления курортным делом, направленное на координацию деятельности здравниц. Регулирование осуществляется при сочетании административных и экономических методов управления, при приоритете первых. Направления деятельности этих здравниц, их специализация и экономическое положение в первую очередь зависят от решений принимаемых в органах управления курортным делом, а также объемов общественных финансовых ресурсов, привлекаемых в сферу санаторно-курортного обслуживания. В этой группе имеют место отношения слабо выраженной конкуренции между государственными и муниципальными здравницами, образующими эту группу, за получение заказов на реализацию программ государственных гарантий по обеспечению населения бесплатной санаторно-курортной помощью и, соответственно, целевых средств из общественных фондов. Как правило здравницы входящие в эту группу – это крупные и средние, хорошо оснащенные организации, оказывающие социально значимые виды санаторно-курортной помощи. Особое значение в эффективной работе этой группы, расширении сферы ее распространения имеет разработка государственными органами управления оптимальной политики в области курортного дела, направленной на прогнозирование ассортимента и объемов потребления санаторно-курортных услуг каждым индивидом и обеспечение финансовой устойчивости работы здравниц. Санаторно-курортные услуги, производимые в этой

группе, обладают ярко выраженным внешним эффектом социально значимых благ. К этой группе можно отнести и часть ведомственных, в основном государственных, здравниц.

Вторая – здравницы, входящие в зону ограниченного действия рыночных отношений. К этой группе относятся государственные и муниципальные здравницы, финансируемые за счет общественных и рыночных финансовых ресурсов, и, соответственно, оказывающие санаторно-курортные услуги одновременно на безвозмездной и платной основе. Эта группа располагается вблизи рынка санаторно-курортных услуг, и на ее функционировании достаточно ощутимо сказываются изменения в его конъюнктуре. Но решающее значение в финансировании этих субъектов и их экономическом положении имеют общественные финансовые средства, формируемые за счет бюджетных ассигнований и средств социального страхования. Основная задача здравниц, входящих в эту группу – оказание санаторно-курортных услуг по программам государственных гарантий. Деятельность по предоставлению платных услуг сопутствует их основному предназначению. К этой же группе относятся государственные ведомственные здравницы, непосредственно испытывающие на себе влияние рынка, находящиеся между собой в отношениях конкуренции за привлечение рыночных финансовых ресурсов. Но основная подпитка деньгами происходит из общественных фондов. Эта группа одновременно работает на общественный и рыночный секторы санаторно-курортных услуг.

Услуги этих организаций предназначены социально незащищенным гражданам и поэтому предоставляются населению бесплатно или на льготной основе. Однако эти организации имеют возможность получения дополнительных доходов за счет предпринимательской деятельности.

Третья – здравницы, входящие в зону ограниченного действия рыночных отношений. Эта группа здравниц расположена еще ближе к рынку и в него входят здравницы преимущественно негосударственной формы собственности, для деятельности которых, так же как и в группе 2, привлекаются одновременно общественные и рыночные финансовые ресурсы. Кроме того, здесь могут работать и государственные унитарные предприятия, санаторно-курортная деятельность которых носит преимущественно предпринимательский характер. Одно из определяющих направлений экономической деятельности здравниц, входящих в данную группу – оказание платных санаторно-курортных услуг на условиях и в объеме, не предусмотренных программами государственных гарантий по бесплатному оздоровлению граждан. В то же время здравницы, входящие в этот сегмент, заинтересованы во вхождении в круг участников реализации государственных программ, но исключительно на условиях полного возмещения издержек (или хотя бы переменных издержек при условии покрытия всех постоянных издержек при реализации своих услуг другим потребителям), поскольку их работа строится на условиях самофинансирования. Входящие в эту группу здравницы находятся в отношениях жесткой конкуренции с составляющими 1 и 2 группы здравницами за участие в реализации государственных программ и, соответственно, за максимально полное привлечение финансовых средств из бюджетных фондов и фондов социального страхования (социального обеспечения). В данной группе не допускается какая-либо монополия. Поэтому важнейшим условием жизнеспособности негосударственных здравниц является конкурентоспособность производимых ими санаторно-курортных услуг, высокий качественный уровень их организации и оказания. Здравницы этой группы ведут между собой, а также с государственными здравницами острую конкурентную борьбу за получение госзаказов, гарантирующих им денежные вливания за счет общественных ресурсов за лечение застрахованных по программам социального страхования или лечение граждан в пределах государственных программ без использования принципов страхования. Понятно, что при этих формах финансирования их деятельность в меньшей степени будет зависеть от непредсказуемого

изменения рыночной конъюнктуры. Здравницы и 2-й, и 3-й групп работают в так называемом режиме встречного финансирования.

Четвертая группа организаций входит в сферу коммерческой эксплуатации. Доходы этих негосударственных здравниц полностью формируются за счет поступлений от населения и коммерческих предприятий. Эта группа здравниц располагается в самом центре рынка. Входящие в нее здравницы строят свою деятельность, полностью ориентируясь на рыночную конъюнктуру. Благополучие и работоспособность составляющих данную группу здравниц в полной мере зависят от рыночных финансовых ресурсов, от реальных возможностей частных производителей санаторно-курортных услуг привлекать эти деньги в сферу частной санаторно-курортной деятельности. Санаторно-курортные услуги, оказываемые в здравницах данной группы, обладают свойствами исключаемости и конкурентности и выступают как частные блага со всеми характерными для них признаками. Исходным фактором, определяющим выделение четвертой группы здравниц и ее организационно-экономическое обособление, является платежеспособный спрос населения и юридических лиц на те или иные виды санаторно-курортной деятельности, осуществляемые исключительно на платной основе. Преобладающее значение здесь приобретают рыночные механизмы координации санаторно-курортной деятельности. Таким образом, в данной группе здравниц условия поведения субъектов диктуются требованиями рыночных законов и доминируют рыночные методы регулирования.

Резюмируя сказанное выше, понятно, что санаторно-курортная сфера в условиях рыночной экономики – это сложное структурное образование, включающее в себя четыре группы с различными формами собственности и хозяйствования здравниц, которые одновременно определяются местом производимых ими услуг на шкале общественных и частных благ, источниками финансирования санаторно-курортной деятельности и формами собственности на средства производства.

Наш анализ показывает, что практически все государственные здравницы оказывают платные санаторно-курортные услуги и в наибольшей своей массе входят в группу 2, которая составляет $\approx 40\%$ санаторно-курортного комплекса страны, остальные – здравницы 3 и 4 групп, а здравницы 1-й группы отсутствуют. Следует указать на то, что масштабность и пропорции группирования здравниц не являются чем-то устоявшимся и находятся в постоянной динамике. Динамичность изменений зависит от множества внешних и внутренних факторов, среди которых, на наш взгляд, выделяются степень многоукладности санаторно-курортного комплекса, фондовооруженность санаторно-курортной сферы, размеры и соотношения общественных и рыночных денежных ресурсов, уровень доходов населения. Безусловно, решающий фактор, определяющий состояние сферы оказания санаторно-курортных услуг как социально значимых благ – это уровень экономического развития страны, проводимая санаторно-курортная политика государства, уровень жизни и платежеспособного спроса населения.

Взаимоотношения между государством и здравницами, относящимися к различным группам, строятся на разной основе. Государственные и муниципальные здравницы получают имущество на правах хозяйственного владения или оперативного управления, они непосредственно финансируются из федерального или местных бюджетов. Управление этими организациями носит директивный и индикативный характер. Взаимоотношения между государством и негосударственными здравницами строятся через систему косвенного регулирования посредством налогов, таможенных пошлин, арендных платежей, лицензирования и сертифицирования услуг и ряда подобных рычагов.

Организации санаторно-курортной сферы, в зависимости от характера предоставляемых ими благ и услуг, обладают разной возможностью их коммерческой эксплуатации (коммерциализации). Те услуги, которые обеспечивают удовлетворение гарантиро-

ванных государственных минимальных стандартов, не могут полностью или частично представляться на платной основе – их предоставляют здравницы государственной собственности, осуществляющие некоммерческую деятельность. Те услуги, которые выходят за рамки минимальных социальных стандартов и представлены исключительно для индивидуального потребления, потенциально являются объектом негосударственной собственности и сферой коммерческой деятельности.

Совершенно очевидно, что степень коммерциализации здравниц санаторно-курортной сферы, противоречащая экономической природе и высокой социальной приоритетности производимых ими услуг, наносит непоправимый ущерб всему обществу. Следовательно, вопрос о соответствии организационно-экономического механизма, сложившегося в санаторно-курортной сфере, заявленным целям создания в России социального государства остается открытым. Современное состояние – несомненно – является переходным, однако тенденция коммерциализации санаторно-курортной сферы в ущерб решению социальных задач становится все более очевидной. Рынок санаторно-курортных услуг все более приобретает нецивилизованный характер, ведущий к социальной незащищенности наиболее уязвимых социальных групп. Поэтому главная задача – определение допустимых границ действия рыночного механизма в санаторно-курортной сфере, обоснование социально приемлемого соотношения роли государства и рынка.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ветитнев А.М. Реформирование санаторно-курортного комплекса: направления и перспективы // Курортные ведомости. 2001. № 5.
2. Герасименко Н.Ф. Санаторно-курортная деятельность как отрасль экономики государства // Курортные ведомости. 2001. № 6.
3. Лимонов В.И. Экономические аспекты перехода к рынку санаторно-курортного комплекса Российской Федерации // Проблемы управления здравоохранением. 2006. № 3-4.
4. Лимонов В.И. Проблемы развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации в период рыночных преобразований // Экономика здравоохранения. 2006. № 3-4.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА *

Аннотация. Статья посвящена анализу принципов эффективного налогообложения недвижимого имущества, реформируемого в настоящее время в Российской Федерации. Давая определение эффективности и эффекта, автор оценивает современные принципам налогообложения, соотнося их с классическими принципами, выделенными А. Смитом, исследует основные способы уплаты налогов, выделяя наиболее эффективные, применимые к налогообложению недвижимости.

Автор говорит о том, что с точки зрения налогообложения недвижимости наиболее часто применимым является кадастровый способ налогообложения, при котором, применяя данный способ, необходимо учитывать то, что объектом налогообложения должен быть единый объект недвижимости, состоящий из земельного участка и жилого дома, квартиры, дачи, гаража или иного строения, помещения и сооружения, что значительно облегчает механизм исчисления и уплаты налога.

Ключевые слова: принципы эффективного налогообложения, метод равного налогообложения, метод пропорционального налогообложения, метод прогрессивного налогообложения, метод регрессивного налогообложения, кадастровый способ уплаты, способ уплаты налога «у источника», способ уплаты налогов по декларации

O. Karpenko

Peoples' Friendship University of Russia

MODERN PRINCIPLES OF EFFECTIVE REAL ESTATE TAXATION

Abstract. The paper is devoted to the analysis of principles of effective real estate taxation, which is under reform in the Russian Federation now. The author estimates the modern principles of the taxation, correlating them to the classical principles pointed out by A. Smith, investigates the basic methods of tax payments, singling out the most effective, applicable to the real estate taxation.

The author states that from the point of view of the real estate taxation the cadastre method of taxation is the most frequently applicable. But the given method implies that the object of real estate should be unified consisting of the ground area and a house, apartment, summer residence, garage or another building, which considerably facilitates the mechanism of calculation and tax payment.

Key words: principles of effective taxation, equal taxation method, proportional taxation method, progressive taxation method, regressive taxation method, cadastre method of taxation, deduction of tax at source, tax payment on declaration.

Прежде чем начинать рассмотрение принципов эффективного налогообложения недвижимого имущества необходимо определиться с понятиями «эффекта» и «эффективности».

В соответствии с общепринятым представлением, эффект (от лат. effectus — испол-

* © Карпенко О.А.

нение, действие, от *efficio* — действую, исполняю), представляет собой результат, следствие каких-либо причин, действий. Экономический эффект [*economic effect, economic results*] – это разница между результатами экономической деятельности (напр., продуктом в стоимостном выражении) и затратами, произведенными для их получения и использования. Когда результатом экономической деятельности являются не только экономические, но и более широкие социально-экономические последствия, правильнее говорить о социально-экономическом эффекте.

Эффективность представляет собой относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение.

Налогообложение может быть эффективным в том случае, если затраты и расходы на сбор налогов будут существенно меньше самих налоговых поступлений, включаемых в состав доходов государственного бюджета.

Специфика налогов как обязательств и цены государственных услуг заключается еще и в том, что налоги в основном носят безэквивалентный, невозвратный характер, представляя собой цену государственных услуг, формируемую не напрямую, а опосредованно путем денежной оценки законодательно установленной величины государственных расходов, которая складывается из множества цен на товары, работы и услуги, необходимые государством для выполнения своих функций.

При этом окончательный размер налогов как ценового понятия может быть сформирован под воздействием уровня государственных расходов и источников их уплаты в рамках имеющегося уровня развития экономики.

С точки зрения государства главной целью налогообложения и выполнения стоящих перед ним задач является обеспечение органов власти доходными источниками. Научный подход к этому процессу подразумевает достижение этой цели на основе эффективной налоговой политики, обеспечивающей рост налоговых доходов на базе роста производства, продаж и доходов налогоплательщиков.

Конечно, население и хозяйствующие субъекты преследуют цель минимизации и оптимизации налогов, стремятся к снижению налогового бремени и увеличению при этом денежных доходов предприятий.

Несмотря на кажущееся противоречие основных целей и задач, государство и налогоплательщики имеют много общих черт и преследуют общую экономическую цель – рост производства, продаж и получение доходов.

При этом единство целей государства, хозяйствующих субъектов обуславливает существование принципов эффективного налогообложения.

Принципы налогообложения привлекали внимание теоретиков и практиков с момента возникновения налогов. Их разработка основывалась на концепциях теории государства и налогов, которые рекомендовали государству как можно меньше обременять налогоплательщиков с помощью налогов, не оказывать существенного воздействия на хозяйственную деятельность предприятий, учитывать интересы налогоплательщиков.

Впервые принципы налогообложения были сформулированы в XVIII в. великим шотландским исследователем экономики и естественного права Адамом Смитом (1725-1793) в его знаменитом труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.). Сегодня эти принципы называют классическими принципами налогообложения. Среди них [1, 124]:

1. Принцип справедливости.
2. Принцип определенности налогообложения.
3. Принцип удобства налогообложения.
4. Принцип экономии.

Приведенные классические принципы были дополнены немецким экономистом Адольфом Вагнером (1835-1917). Заслуга Вагнера состояла в том, что его дополнения принципов налогообложения А. Смита носили концептуальный характер. А. Смит считал налоги источником покрытия непроизводительных затрат государства и хотел защитить налогоплательщиков. А. Вагнер делал акцент на финансовых принципах достаточности и эластичности налогообложения, руководствуясь теорией коллективных потребностей. А. Вагнер выделил следующие основные принципы налогообложения.

1. Финансовые принципы организации налогообложения:

- достаточность налогообложения;
- эластичность (подвижность) налогообложения.

2. Народнохозяйственные принципы:

• надлежащий выбор источника налогообложения, т. е. решение вопроса о том, должен ли налог падать только на доход или капитал отдельного лица либо населения в целом;

• правильная комбинация различных налогов в такую систему, которая считалась бы с последствиями и условиями их предложения.

3. Этические принципы, принципы справедливости:

- всеобщность налогообложения;
- равномерность налогообложения.

4. Административно-технические правила или принципы налогового управления:

- определенность налогообложения;
- удобство уплаты налога;
- максимальное уменьшение издержек взимания.

Налогообложение недвижимости, являясь старейшей формой налогообложения, имеющей свои собственные традиции и историю, производится также на основе вышеперечисленных принципов, среди которых особое значение приобретают нижеизложенные.

Принцип справедливости налогообложения. Данный принцип закреплен в п. 1 ст. 3 НК РФ, которая говорит о том, что: «При установлении налогов учитывается фактическая способность налогоплательщика к уплате налога». Один из основоположников экономической мысли, А. Смит выступал за всеобщность налогообложения и равномерность распределения налогов между гражданами «...соответственно их доходу, каким они пользуются под покровительством и защитой государства». Таким образом, по А. Смигу, справедливость налогообложения – это равная обязанность всех платить налоги, но исходя из реальной платежеспособности лиц, обязанных платить налоги. Так и в российской системе налогообложения при налогообложении недвижимого имущества необходимо установление возможности предоставления налоговых льгот малоимущим гражданам и справедливое распределение налогового бремени, связанное с реальной стоимостью объектов. Ныне действующая система определения инвентаризационной и балансовой остаточной стоимости, являющаяся налоговой базой налогов на имущество физических лиц и предприятий, не обеспечивает соответствие оценки налоговой базы реальным стоимостям, с регулярными отклонениями по группам и классам объектов. Например, новые дома, находящиеся в отдаленных районах города, бывают часто намного дороже домов старой застройки, расположенных в центральной части города. Подобная ситуация создает предпосылки существования неоправданно большого налогового бремени для одних налогоплательщиков и чрезмерно низкой налоговой нагрузки для других. Кроме того, принцип справедливости говорит о необходимости существования соразмерного налогового бремени у налогоплательщика. Иными словами, после уплаты налогов у налогоплательщика должны оставаться средства, достаточные для нормальной

жизнедеятельности и возможности ведения расширенного воспроизводства.

Принцип определенности налогообложения. А. Смит формулирует содержание этого принципа следующим образом: «Налог, который обязывается уплачивать каждое отдельное лицо, должен быть точно определен, а не произволен. Срок уплаты, способ платежа, сумма платежа – все это должно быть ясно и определено для плательщика и для всякого другого лица», ибо неопределенность налогообложения – большее зло, чем неравномерность налогообложения. Иногда возможность неоднозначного толкования норм налогового законодательства ведет к злоупотреблениям со стороны налоговых органов или налогоплательщиков. В условиях неопределенности системы налогообложения сложно принимать решения, строить стратегию бизнеса.

Минимальными требованиями в этой области можно считать следующие:

- каждый используемый термин должен иметь свое единственное значение, установленное законом;
- количество издаваемых актов не должно быть чрезмерным;
- законодательные акты и нормы, содержащиеся в них, не должны противоречить друг другу;
- тексты законов должны быть понятны человеку со средним для данной страны уровнем образования [2, 200].

Принцип удобства налогообложения. Суть данного принципа состоит в том, что налогообложение должно осуществляться тогда и так (тем способом), когда и как плательщику наиболее удобно платить его [3, 341]. Так, например, налог на недвижимость должен уплачиваться налогоплательщиками по мере получения ими налогового уведомления с указанием точной суммы налога на недвижимость, подлежащего уплате в бюджет.

Принцип экономии. На сегодняшний день данный принцип рассматривается как чисто технический принцип построения налогообложения недвижимости. Истолковывается он обычно следующим образом: расходы по взиманию налога должны быть минимальными по сравнению с доходом, который приносит данный налог. По А. Смиуту, содержание указанного принципа сводится к тому, что «каждый налог должен быть так задуман и разработан, чтобы он брал и удерживал из карманов народа возможно меньше сверх того, что он приносит государственному казначейству». Подобная ситуация много раз возникала в истории налогообложения недвижимости, когда расходы государства на разработку и заполнение документации, обмеры, расчеты, аэрофотосъемки, в совокупности с многочисленными льготами для большого круга налогоплательщиков приводили к тому, что сумма налоговых поступлений была существенно меньше произведенных затрат.

Принципы налогообложения учитываются на стадиях разработки и реализации налоговых законов и налоговой политики в той мере, в которой они соответствуют сложившимся экономическим условиям и экономической стратегии государства в процессе управления.

Принципы налогообложения реализуются на практике через методы налогообложения. Под методом налогообложения понимается нахождение зависимости между величиной ставки налога и размером объекта налогообложения. Многовековая практика налогообложения разработала четыре метода: равный, пропорциональный, прогрессивный, регрессивный.

Метод равного налогообложения состоит в том, что все налогоплательщики уплачивают одинаковую сумму налога, независимо от имеющегося в их собственности дохода или имущества. Налоговая ставка совпадает при этом с налоговым окладом. Равное налогообложение было широко распространено в Средневековье. В современных усло-

виях оно используется редко. В настоящее время этот метод применяется при взимании некоторых местных налогов, когда величина налоговой ставки определяется кратно законодательно установленному минимальному размеру оплаты труда (МРОТ) [4, 29].

Отрицательной чертой метода равного налогообложения является то, что все налогоплательщики уплачивают равные взносы, при этом не учитывается принцип справедливости налогообложения.

Метод пропорционального налогообложения. Русский экономист начала XX в. Д. Боголепов так определяет метод пропорционального налогообложения: «Пропорциональным называется такой налог, в котором уплачивается одинаковая сумма с каждой квоты (единицы) обложения, например, по рублю с каждой сотни рублей». Налоговая ставка при пропорциональном методе может быть как в твердой, так и в доленой форме. В настоящее время имущественное налогообложение предприятий построено по этой форме.

Метод прогрессивного налогообложения. «Прогрессивным называется налог, в котором с увеличением квоты увеличивается и ставка налога. Например, с сотни рублей взимается один рубль, а с двухсот рублей — уже не два, а три и более и т. д.» [5, 59]. При прогрессивном налогообложении плательщики могут платить налоги по разным ставкам. Величина ставки зависит от размера дохода или имущества. Чем больше доход (имущество), тем выше ставка налога и больше сумма налогового оклада. Такой вариант налогообложения позволяет учесть интересы мелких плательщиков, на которых средняя ставка налога, обеспечивающая нужные размеры финансирования, может действовать угнетающе. При этом для крупных налогоплательщиков прогрессивное налогообложение сохраняет свою справедливость при сравнительно соизмеримых размерах предприятий.

Метод регрессивного налогообложения состоит в том, что для более высоких доходов устанавливаются пониженные ставки налога. В явном виде регрессивное налогообложение сегодня не применяется. Однако регрессия налогообложения может носить скрытый характер.

Одним из основных вопросов в методологии налогообложения является определение способа уплаты налога. В настоящее время существуют три способа уплаты налога: 1) кадастровый; 2) «у источника»; 3) по декларации.

Кадастровый способ уплаты. Кадастр представляет собой реестр типичных объектов, классифицированных по внешним признакам, показывающий среднюю доходность объекта обложения. Согласно Правилам проведения государственной кадастровой оценки земель, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 08.04.2000 г. № 316, кадастровая оценка земель городских поселений осуществляется на основании статистического анализа рыночных цен об объектах недвижимости. Источниками получения информации о сделках с земельными участками могут быть информационные бюллетени риэлтерских и оценочных фирм, средства массовой информации и т.п.

Величина уплачиваемого налога не связана с реальной доходностью облагаемого объекта. В связи с этим и момент уплаты налога никак не связан с моментом получения дохода. При кадастровом способе уплаты устанавливаются фиксированные даты уплаты налога.

Способ уплаты налога «у источника» говорит о том, что обязанность по исчислению налога, его удержанию из начисленного дохода и перечислению в бюджет возложена на того, кто выплачивает доходы, то есть на налогового агента. Налогоплательщик самостоятельно не рассчитывает налог, а лишь получает доход за вычетом налога. Подобным образом уплачивается, например, подоходный налог по основному месту работы. Бухгалтерия организации, в которой работает физическое лицо, начисляет заработную плату, удерживает из нее подоходный налог и лишь после этого выплачивает работнику

причитающуюся ему заработную плату.

Способ уплаты налогов по декларации предполагает, что налогоплательщик обязан представить в установленный срок в налоговый орган официальное заявление о своих налоговых обязательствах. В декларации указываются сведения о полученных доходах и произведенных расходах, источниках доходов, налоговых льготах и исчисленной сумме налога, а также др. данные, связанные с исчислением и уплатой налога. На основе декларации налоговый орган рассчитывает налог и вручает налогоплательщику извещение об уплате налога. Такую роль выполняет декларация, например, при уплате налога на доходы физических лиц. Однако в большинстве случаев подача декларации является отчетным действием, смысл которого состоит в том, чтобы зафиксировать сумму налога, исчисленного плательщиком самостоятельно.

С точки зрения налогообложения недвижимости наиболее часто применимым является кадастровый способ налогообложения, однако при применении данного способа необходимо учитывать то, что объектом налогообложения должен быть единый объект недвижимости, состоящий из земельного участка и жилого дома, квартиры, дачи, гаража или иного строения, помещения и сооружения.

При этом необходимо предоставить возможность органам местного самоуправления варьировать налоговую ставку в широких пределах, так как налог на недвижимость будет являться одним из основных источников местного бюджета.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Буковецкий А.Н. Введение в финансовую науку. Ленинград, 1929.
2. Перов А.В. Налоги и международные соглашения России. М., Юрист, 2000.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1935. Т.2.
4. Д.Г. Черник, Л.П. Павлова, А.З. Дадашев, В.Г. Князев, В.П. Морозов. Налоги и налогообложение. М., 2003.
5. Пушкарева В.М. История финансовой мысли и политики налогов. М., 1996.

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В МНОГОПРОФИЛЬНОЙ КОМПАНИИ*

Аннотация. Рассмотрены теоретические и методологические основы управления финансами многопрофильных компаний. В этой связи представляется необходимым проведение исследований по специфике управления финансовыми ресурсами многопрофильных компаний в процессе их формирования, распределения и использования в условиях кризисных явлений в экономике.

В современных, быстро меняющихся экономических условиях более предпочтительной является децентрализованная структура управления финансами, так как у нее выше скорость реакции на происходящие изменения и гибкость управления финансовыми ресурсами, ниже трудоемкость и длительность планирования.

Ключевые слова: экономика, экономический рост, финансовые ресурсы, трудоемкость, длительность планирования.

A. Allakov

Plekhanov Russian Academy of Economics

MODELS OF FINANCIAL MANAGEMENT IN MULTI-COMPANY

Abstract. The article considers the theoretical and methodological foundations of financial management of multi-companies. In this regard, it is necessary to conduct a research on the specific features of financial management of multi-companies in the process of their formation, distribution and use during economic crises.

In today's rapidly changing economic conditions, the more preferred one is a decentralized structure of financial management, as it possesses, on the one hand, higher reaction to change and flexibility in the management of financial resources, and, on the other, lower labor intensity and duration of planning.

Key words: economy, economic growth, investments, financial resources, labor intensity, duration of planning.

Теоретические и методологические основы управления финансами заложены многими зарубежными и отечественными учеными. На переднем крае научных разработок и тенденций в области управления финансами, имеющих большую теоретическую и практическую значимость, оказались те направления, которые в наибольшей степени отражают изменившиеся условия функционирования хозяйствующих субъектов.

Несмотря на существенную научную разработанность данного направления, необходимы дополнительные исследования, которые помогли бы модернизировать процесс управления финансовыми ресурсами многопрофильных компаний в условиях кризисных явлений в российской экономике таким образом, чтобы проблемы их адаптации к современным, быстро меняющимся условиям хозяйствования решались более эффективно. В этой связи представляется необходимым проведение исследований по специфике управления финансовыми ресурсами многопрофильных компаний в процессе их формирования, распределения и использования в условиях кризисных явлений в экономике.

Многопрофильная компания – это структура, состоящая из группы организаций,

* © Аллаков А.Б.

объединенных с целью получения экономического результата, но имеющих разные задачи по ее достижению в рамках общего (одного) собственного капитала [4].

В компанию могут входить малые, средние, крупные коммерческие и некоммерческие организации.

Многопрофильные компании начала 1990-х гг. в России формировались в период массовой и активной приватизации, когда в бизнес включались все компании, которые инвестор мог приобрести. Однако в настоящее время в основе формирования этих компаний лежит принцип диверсификации бизнеса, желание снизить риски в условиях, когда какие-то направления являются нерентабельными, но для дальнейшего развития бизнеса они необходимы (например, организации, связанные с научно-техническими разработками или благотворительностью).

Объединение разрозненных и юридически независимых организаций в компанию может быть привлекательно с нескольких точек зрения.

Во-первых, многопрофильные компании являются весьма устойчивыми. Кризис в одной отрасли может не сильно отразиться на такой компании, а спад в одной отрасли компенсируется подъемом в другой.

Во-вторых, управление финансовыми ресурсами может осуществляться централизованно с учетом интересов группы в целом, что предполагает относительную доступность получения свободных денежных средств.

Следует учитывать, что у компании, объединяющей ряд юридических лиц в единую группу, неоднородных по своим объемам и направлениям деятельности, совокупные финансовые ресурсы складываются из финансовых ресурсов каждой входящей в компанию организации. Эти финансовые ресурсы специфичны и обладают различными важными свойствами. Наиболее важным свойством для современных условий ведения хозяйственной деятельности является свойство мобильности финансовых ресурсов.

Организационно управление финансами хозяйствующих субъектов, объединенных в единую группу (многопрофильная компания), зависит от видов (специфики) деятельности хозяйствующих субъектов, входящих в группу:

- однофункциональных (однородных) объединений;
- многофункциональных объединений.

Под однофункциональными объединениями понимается объединение одноуровневых хозяйствующих субъектов, ориентированных на общий сектор рынка и производящих одинаковые или взаимозаменяемые товары, или оказывающие однородные услуги (например, данные объединения возникают в результате концентрических и родственных слияний).

Многофункциональные объединения происходят при объединении технологически связанных/несвязанных разноуровневых структур, осуществляющих свою деятельность в различных отраслях экономики и занимающихся различными видами деятельности.

Функционирование системы управления финансами на уровне многопрофильной структуры в целом, так и на уровне каждой компании необходимо строить на принципах, вытекающих из ее устройства и современного состояния, к числу которых могут быть отнесены следующие:

- приоритет стратегических целей компании над финансовыми целями;
- целостность и единство системы управления компанией;
- согласованность экономических интересов всех участников в группе в соответствии с иерархией целей;
- приоритет экономических интересов прибыльных хозяйствующих субъектов над интересами убыточных хозяйствующих субъектов.

Система управления финансами компании должна решать следующие задачи:

- формирование финансовых ресурсов, адекватных потребностям развития многопрофильной компании;
- распределение финансовых ресурсов по направлениям (основная, финансовая, инвестиционная) деятельности компании;
- оптимизация структуры источников (собственные, заемные) финансовых ресурсов;
- минимизация всех видов расходов (налоговые отчисления, оптимизация себестоимости продукции и т.д.);
- контроль за использованием денежных средств;
- прогнозирование финансового состояния для предвидения возможности возникновения неплатежеспособности или банкротства как многопрофильной компании, так и входящих в объединение организаций.

Для решения этих задач целесообразно применение следующих методов:

- финансовое планирование, прогнозирование возможности возникновения финансового дефицита в определенный момент времени или период;
- резервирование финансовых средств под возможный дефицит (либо перераспределение денежных средств между организациями в компании, либо привлечение внешних источников финансирования – кредитов и займов);
- ведение прозрачного финансового учета и состояния отчетности;
- проведение проверок представителями собственников финансового учета и отчетности;
- постоянный контроль за всеми финансовыми потоками компании (контроль за движением денежных средств).

Совокупность финансовых отношений, как внутренних (между хозяйствующими субъектами входящими в группу), так и внешних (по отношению к участникам группы) с другими субъектами хозяйственного процесса, становится основным объектом управления финансами. В связи с этим финансовое управление должно быть направлено на достижение стратегических и тактических целей функционирования компании.

Основным организационным элементом системы управления финансами в компаниях выступают финансовые службы.

Организационная структура финансовой службы многопрофильной компании отражает состав функциональных подразделений и определяет координацию их совместной деятельности на пути достижения поставленных перед компанией целей. Именно эта координация выступает основой организационной структуры, которая обычно определяется как совокупность устойчивых связей. Через структурные связи реализуются отношения координации между подразделениями многопрофильной компании.

Конкретная структура финансовой службы компании зависит от таких факторов, как степень централизации функций финансового управления и контроля, масштаб деятельности компании, количество входящих в нее организаций и др. Организационная структура управления финансами может состоять как из отдельных номенклатурных единиц, так и из совокупности единиц, выполняющих однородные функции, объединенных в отделы, службы, департаменты [1].

В зависимости от уровня централизации управления можно выделить три основные модели управления, используемые в многопрофильных компаниях:

- модель централизованного финансового управления;
- модель комбинированного финансового управления;
- модель децентрализованного финансового управления.

1. В модели централизованного финансового управления полномочия финансовых служб организаций в составе компании передаются согласно договору между учас-

тниками и руководством отдельной структуре, которая централизованно осуществляет управление всеми финансами компании при отсутствии финансовых служб в каждой организации, за исключением подразделений учета. Центральная финансовая служба разрабатывает стратегию управления финансами, осуществляет ведение бухгалтерского и управленческого учета всех организаций, входящих в состав компании; санкционирует и контролирует платежи каждой из них; сводит бюджеты организаций; формирует сводный бюджет компании; юридическое оформление операций. Централизованное управление финансами осуществляется через руководителя организации и позволяет полностью контролировать финансовую деятельность всех организаций, входящих в многопрофильную компанию.

К достоинствам централизованной модели управления финансами компании следует отнести появление эффекта операционной синергии:

- снижение управленческих издержек, в том числе на содержание финансовых служб в каждой организации, в результате объединения разнородных бизнесов [3];
- эффект от комбинирования и распределения взаимодополняющих ресурсов;
- экономия затрат на проведение НИР (при объединении производственной и научно-исследовательской структуры);
- повышение качества контроля за счет унификации функций управления и учета;
- снижение удельных затрат на услуги юристов, аудиторов, консультантов, рекламных агентов и др.

Основными недостатками централизованной структуры управления финансами являются ограниченность в маневренности управления и замедленная реакция на изменения окружающей среды.

2. Модель комбинированного финансового управления предполагает частичную децентрализацию функций управления путем их распределения между органами управления или путем установления процедур, регламентов, нормативов для их исполнения участниками группы. Непосредственное управление финансами в рамках своих полномочий осуществляется создаваемой в организации финансовой службой. Центральная финансовая служба дает указания через непосредственного руководителя организации.

Данная модель управления целесообразна для использования в многопрофильных компаниях, организованных по дивизиональному принципу.

Центральная финансовая служба, как правило, наделяется следующими полномочиями по отношению к организациям, входящим в группу:

- разработка стратегии управления финансами в компании;
- определение показателей эффективности деятельности управляемых структур;
- привлечение и распределение финансовых ресурсов между организациями;
- разработка состава, содержания и периодичности консолидированной и текущей финансовой отчетности, представляемой организациями в центральную службу;
- контроль достоверности финансовых отчетов методом проведения ревизий и аудиторских проверок;
- анализ финансового состояния каждой организации в группе;
- юридическое оформление финансовых операций и др.

На дивизиональном уровне непосредственный руководитель службы осуществляет постановку задач управления финансами организаций в рамках выработанной центральной финансовой службой стратегии управления финансами, данной организацией, входящей в группу компаний, разработку и организацию методов их выполнения в соответствии с целями группы, а также оперативный контроль работы финансовой службы, определяет структуру и численность финансовой службы в зависимости от характера деятельности организации и объема выполняемых операций.

Финансовая служба каждой организации самостоятельно осуществляет текущее финансовое планирование своей деятельности, разрабатывает и ведет свою систему внутреннего и внешнего финансового учета, проводит текущие платежи, реализует контроль текущей финансовой деятельности.

Модель комбинированного управления финансами имеет ряд преимуществ и недостатков.

К преимуществам относятся:

- перенос ответственности за достижение показателей на каждый уровень хозяйствующего субъекта в составе компании;
- повышение оперативности управления за счет децентрализации принятия оперативных управленческих решений.

Кроме того, в процессе реализации модели комбинированного управления финансами проявляется эффект финансовой синергии в следующих формах:

- снижение издержек по привлечению заемного капитала;
- снижения риска банкротства в результате диверсификации бизнеса;
- рост доходности капитала;
- возможность использования элементов скрытого финансирования;
- снижение налогов, т.е. возможность снизить налоговые платежи на свои свободные потоки денежных средств.

Недостатками комбинированной модели являются:

- возможные отклонения деятельности хозяйствующих субъектов от стратегических целей компании;
- снижение эффективности использования ресурсов за счет децентрализованной политики управления денежными средствами;
- высокие затраты на содержание управленческого аппарата за счет дублирования функций.

Комбинированная структура управления финансами предпочтительна в компаниях, где деятельность структур, входящих в ее состав, территориально разобщена или диверсифицирована [2].

3. Модель децентрализованного финансового управления предполагает высокую степень децентрализации управления. Центральный финансовый орган определяет стратегию управления финансами, по заявкам обеспечивает организации необходимыми финансовыми ресурсами, но не вмешивается в оперативную деятельность организаций. В соответствии с предложенной стратегией участники группы в рамках определенных полномочий (договор, соглашение) самостоятельно разрабатывают планы управления финансами, управляют денежными потоками, финансовыми инвестициями, осуществляют расчеты и платежи, ведут финансовый и управленческий учет, обеспечивают соблюдение единства методологии информации, отчетности, достаточный уровень контроля. Состав финансовых служб организаций может варьироваться в зависимости от ситуации на рынке и выполняемых функций. Преимущества децентрализованной структуры заключаются в ускорении финансовых процессов за счет повышения оперативности управления, более эффективном использовании финансовых ресурсов по достижению поставленных целей, создании четкой системы функциональных связей между отделами, объединенных общими целями и интересами.

Таким образом, децентрализованная структура управления финансами более маневренна в управлении и позволяет быстро реагировать на изменения окружающей среды. Из анализа представленных моделей управления финансовыми ресурсами многопрофильной компании (централизованная, комбинированная, децентрализованная) следует, что каждая из них имеет свои достоинства и недостатки. В современных, быстро меня-

ющихся экономических условиях более предпочтительной является децентрализованная структура управления финансами, так как у нее выше скорость реакции на происходящие изменения и гибкость управления финансовыми ресурсами, ниже трудоемкость и длительность планирования.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамов Н., Козенкова Т. Финансовая стратегия группы компаний // Финансовая газета. 2009. №18.
2. Мильнер Б.З. Теория организации. Линейно-функциональные и дивизиональные структуры www.polbu.ru/milner_organization/ch09_i.html
3. Поморина М.А. Концепция стратегического финансового управления // Управление в кредитной организации. 2009. №5.
4. Сваталова Ю.С. Типы организационных моделей финансовой инфраструктуры холдингов// Финансы. 2007. № 10.

РОЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ*

Аннотация. Анализируются вопросы функционирования образовательных услуг в условиях сетевой экономики и закономерности развития сетевых структур образовательного процесса, обусловленных массовым использованием интернет-технологий. На практике процесс сетевой модернизации существующих организаций, как правило, означает активное использование информационных технологий и определенное уменьшение доли традиционных иерархических форм управления за счет повышения доли коллективных форм. Вопросам информатизации образования уделяется первостепенное внимание и Федеральной целевой программой развития образования на 2006-2010 годы. В рамках этой программы выполняется ряд проектов по созданию электронных образовательных ресурсов нового поколения, обеспечивающих реализацию образовательных программ по предметам основного общего и среднего (полного) общего образования в учреждениях общего, начального и среднего профессионального образования.

Ключевые слова: сетевая экономика, портал, интернет-технологии, образование, профильное обучение, инфраструктура.

A. Khubieva

Branch of Southern Federal University (Uchkeken)

THE ROLE OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE EMERGING NETWORK ECONOMY

Abstract. The paper analyzes the functioning of educational services in a network economy and patterns of the development of network structures of educational process caused by massive use of Internet-technologies. In practice, the process of upgrading the existing network of organizations usually means the active use of information technology and a certain decrease in the proportion of traditional hierarchical forms of governance through the promotion of collective forms. The Federal Target Program for the Development of Education in 2006-2010 gives a high priority to informatization. This program runs several projects to develop electronic educational resources of a new generation, ensuring the implementation of educational programs in the subjects of the basic and secondary (complete) general education in general, primary and secondary vocational institutions.

Key words: network economy, portal, Internet-technologies, education, profile training, infrastructure.

Целью настоящего исследования является изучение вопросов функционирования образовательных услуг в условиях сетевой экономики и закономерности развития сетевых структур образовательного процесса, обусловленных массовым использованием интернет-технологий. Следует отметить, что современный период в развитии средств коммуникации, который основан на массовом применении интернет-технологий, в свою очередь, создает условия для формирования нового вида экономического порядка, название которому – “информационное общество”, а применительно к экономической области – “сетевая экономика”, “сетевые формы организации деятельности” [1,67-98].

* © Хубиева А. Солтан-Хамидовна

Одной из главных особенностей сетевой экономики является возможность установления прямых длительных связей между всеми участниками совместной деятельности. Создание такого рода связей в пространстве требует либо удобного географического расположения участников, либо больших затрат ресурсов и времени на их географические перемещения. Последствия от развития виртуальной среды в форме сетевой экономики могут быть двоякими: 1) традиционные формы управления поменяют в ней свои характерные черты; 2) появятся условия для обширного применения одной или нескольких новых форм управления [3, 45-52]. На практике процесс сетевой модернизации действующих организаций, как правило, означает активное использование информационных технологий и некоторое уменьшение доли традиционных форм управления за счет повышения доли коллективных форм. Первым процессом, который создает технические условия для формирования и расширения масштабов сетевой экономики, является интенсивное развитие и распространение интернет-технологий.

Вторым процессом формирования сетевой экономики является перенос в электронную среду сети Интернет различных видов социально-экономической деятельности.

Третьим процессом формирования сетевой экономики является процесс включения организаций в сетевые структуры. Вышеуказанные процессы объединяют всю иерархическую вертикаль в экономике (т.е. сетевая модернизация в той или иной степени затрагивает как нижний уровень, который состоит из отдельных фирм, так и образуемые ими финансово-промышленные подразделения, международные объединения, а также целые рынки).

Четвертый процесс формирования сетевой экономики подразумевает создание новых сетевых направлений “горизонтальных” экономических механизмов, которые обслуживают все разнообразие организаций в экономике. Часто экономические “горизонтальные структуры” называются институциональными структурами и интерпретируются как системы соглашений между основной частью членов общества, которые определяют закономерные правила для наиболее типичных видов взаимодействия людей в общей среде общества [2, 45].

Сетевую экономику формируют следующие *процессы*:

- массовый перенос людьми их информационной активности и взаимодействий в онлайн, также формирование онлайн-сообществ. Перенос информационной активности в онлайн означает использование непосредственно людьми интернет-технологий для целей коммуникации, обмена информацией;
- перенос различных организационных образований внутрь онлайн-сообществ и распространение таким образом создания сетевых организаций для управления совместной деятельностью определенных групп людей;
- создание в виртуальном пространстве сети Интернет необходимых условий для взаимодействия сетевых организаций и членов онлайн-сообществ, включая условия институциональной структуры и сетевой механизм координации.

В настоящее время ведется активная работа по созданию технических ресурсов и инструментальных средств, обеспечивающих структуру порталов высшего профессионального образования. Это парадоксально, так как высшая школа ведет развитие дистанционной формы обучения. Студенты данной формы обучения являются одними из ведущих потребителей информационных технологий и услуг Интернета [5, 77-104]. Первоочередной задачей является структуризация информационных ресурсов портала. В связи с этим образовательная информация для портала среднего профессионального учебного заведения должна включать специфику интересов и познавательной деятельности студентов среднего профессионального образования. Кроме того, в реальной практике в настоящее время выпускаются и внедряются различные модели образовательных сетей.

Это связано, прежде всего, с переходом к профильному обучению в старшей школе. Опыт реализации подобных программ показал, что наиболее удачным является именно сетевой вариант. Положительный опыт, полученный в ходе осуществления проекта, закономерен, так как сетевое профильное обучение основывается на принципе свободного выбора времени, места, продолжительности, цены, вида, форм, целей, методов, источников, средств, последовательности, содержания, оценки и программ обучения; консультантов, наставников, преподавателей, учебных заведений и т.д. [4, 67-98].

Следует отметить, что для развития единого информационно-образовательного пространства России подразумевается создание системы вертикальных порталов, объединенных центральным образовательным порталом «Российское образование». Очевидно, что систему профильных порталов будут составлять порталы, которые обеспечивают доступ к информации абонентам различных структур образования:

- высшее профессиональное образование;
- среднее профессиональное образование;
- начальное профессиональное образование;
- общее полное образование.

Таким образом, по нашему мнению, целью проекта по организации сетевого варианта профильного обучения является создание сообщества учебных заведений, которые будут обеспечивать максимальную свободу для выбора образовательной траектории, подготовку к продолжению учебы и последующей профессиональной деятельности. По мнению автора, именно сетевое образование способно сегодня наиболее продуктивно содействовать подготовке школьников к полноценному участию в ведущих областях деятельности современного общества.

Следует отметить, что продвижение сетевых технологий открыло значительно новые возможности на рынке образовательных услуг. Спектр предлагаемых учебными заведениями услуг расширился с появлением такого понятия, как e-Learning – электронная форма передачи знаний. Обучение через Интернет прочно вошло в жизнь технологически развитых государств, где уровень жизни каждого находится в прямой зависимости от уровня образования и непрерывности процесса повышения квалификации [6, 169-202].

Сетевая организация учебно-административного процесса, учебного заведения наследует все основные черты сетевой экономики. Развитие сетевого образования характеризуется в настоящее время бурным ростом системы дистанционного образования во всем мире, показателями этого процесса является создание открытых электронных университетов, «миграция» студентов и преподавателей, имеется возможность обучаться и работать одновременно в разных учебных заведениях.

Вопросам информатизации образования в России уделяется первостепенное внимание и Федеральной целевой программой развития образования на 2006-2010 г. В рамках данной программы выполняется ряд проектов по созданию электронных образовательных ресурсов нового поколения, которые обеспечивают реализацию образовательных программ по предметам основного общего и среднего (полного) общего образования в учреждениях общего, начального и среднего профессионального образования. Удаленный доступ к этим ресурсам, которые размещены в сети Интернет Федеральным центром информационных образовательных ресурсов, будет предоставлен всем образовательным учреждениям страны.

Подытоживая вышесказанное, отметим, что какие-то тенденции образовательных услуг остались не рассмотренными, какие-то черты будущей цивилизации просто невозможно сейчас представить, однако уже сейчас очевидно, что информационно-коммуникационные технологии оказывают на образование очень мощное и положительное воздействие. Это не просто дополнительный фактор, который желательно учитывать, а

зарождающееся информационное общество, которое принципиально меняет всю сущность, формы и методы образования. В современной ситуации ученые, педагоги и государственные деятели должны четко осознавать процессы цивилизационного развития и понимать, что в условиях информационного общества актуальная, качественная и высокотехнологичная система образования не только необходима, а является основным условием выживания государства. Кроме того, сейчас как никогда раньше обостряется старая дилемма: должно ли на сегодняшний день образование делать основной упор на адаптации человека к современному быстроменяющемуся миру, приспосабливаясь тем самым к нему, или постараться заложить некие базовые, непреходящие ценности и идеалы, меняя самим мир.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Делбанко Э. Университеты в беде (пер. с англ. О. Шляхтина) // Вопросы образования. Сб. ст. Вып. 3. 2009.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура /пер. с англ.; под ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Киров В.Н. Принципы модернизации высшей школы // Университетское управление. Сб. ст. Вып.5. 2008.
4. Стратегические цели и показатели // Университетское управление. Сб. ст. Вып. 4. 2008.
5. Хейнеман С., Андерсон К., Нуралиева Н. Цена коррупции в секторе высшего образования (пер. с англ. С. Кучковской) // Вопросы образования. Сб. ст. Вып. 3. 2008.
6. Эдерер Пеер, Ф.Шуллер, С.Виллмс. Ранжирование систем высшего образования: граждане и общество в эру знаний (пер. с англ. Е. Покатович) // Вопросы образования. Сб. ст. Вып. 3. 2009.

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) - СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ*

Аннотация. В настоящее время международное банковское сообщество серьезно затронуто мировым финансовым кризисом. Кризис затронул все сферы: общество, частный и государственный сектора. Некоторые компании останавливают производство; сокращаются рабочие места; у банков возникают проблемы из-за оттока денег, снимаемых со счетов клиентами; правительства сокращают расходы, урезают социальные программы - далеко не полный список проблем, появившихся из-за глобального финансового кризиса.

В новых условиях банки должны найти путь экономии прибыли и удержания клиентов. Какие инструменты могли бы использовать банки, чтобы удержать клиентов? Какая стратегия развития поможет банку выстраивать долгосрочные отношения с клиентом, основанные на принципах взаимного доверия и выгоды, стать гарантией будущей стабильности и благосостояния для банков? Международное банковское сообщество в этих целях сделало выбор в пользу использования Customer Relationship Management (CRM).

Ключевые слова: управление взаимоотношениями с клиентами, банк, клиент, услуги, удовлетворенность, качество, прибыль, взаимоотношения

A. Koshman

Finance University under the Government of the Russian Federation

THE SYSTEM OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Abstract. Nowadays the world banking community is suffering from world finance crisis. The crisis has affected all spheres of life – private sector, public sector and society. Some companies have to stop their production; some people lost their jobs; banks have problems with “cash” because of massive money withdrawing from accounts; governments are reducing expenditures including social programs – that is not a full list of problems caused by global financial crisis.

In new circumstance banks have to find their way of profit saving and customer retention. What instruments could banks use to keep their customers? What strategy could help banks to establish a long-term relationship of mutual trust and benefit with customers and guarantee financial institutions future stability and well-being? International banking community has made its choice in favor of using Customer Relationship Management (CRM) for these purposes.

Key words: customer relationship management, bank, customer, services, satisfaction, quality, profit, relationships.

Для банковской деятельности характерно наличие большого числа клиентов – частных лиц, предприятий, государственных и общественных организаций, требующих оперативного, персонализированного обслуживания как при получении информации о банковских продуктах, так и при принятии решения о заключении договора, получении консультаций, разрешении спорных вопросов. Банковский бизнес все больше усложняется, количество продуктов и услуг, которые могут быть предложены клиенту, постоянно растет, с клиентом все чаще работают не одно, а несколько подразделений банка.

* © Кошман А.С.

Одним из основных мотивов, побуждающих клиента к выбору банка, помимо его степени надежности и выгодности предлагаемых финансовых услуг является отсутствие задержек в обслуживании и оперативном предоставлении требуемой информации, а также гибкость и четкое понимание его потребностей. Клиент хочет платить за качественное решение своих проблем, рассчитывая при этом на эксклюзивное обслуживание, что предполагает не разовые, а долгосрочные, основанные на доверии партнерские отношения с клиентом.

Традиционная организационная структура банка не позволяет осуществлять стратегию, преимущественно ориентированную на клиента. На сегодняшний день в большинстве банков существует линейно-функциональная иерархическая структура управления, в основе которой лежит многофункциональность продавцов и параллельность процессов, ориентированных на продукт (т.е. в таком банке существуют отдельные подразделения, занимающиеся, например, финансированием строительной деятельности, кредитными карточками, потребительскими кредитами).

Это приводит к тому, что подразделения маркетинговой службы банка, структурированные каждое на свой тип банковского продукта, в соответствии с которым разрабатываются планы маркетинга, действуют без должной координации, хотя они ориентированы практически на одни и те же группы клиентов. Многочисленные сети распределения и сбыта банковских продуктов и услуг (отделения, агентства, системы подписки и др.) часто преследуют конкурирующие между собой коммерческие цели. Другими словами, каждый отдел банка, непосредственно контактирующий с клиентами, концентрирует усилия только на «своих» операциях и контроле только над «своими» издержками, не координируя деятельность с другими подразделениями.

Наиболее перспективной стратегией по налаживанию долговременных контактов с существующими и потенциальными клиентами является стратегия CRM (Customer Relationship Management – Управление Взаимоотношениями с Клиентами).

Аббревиатура CRM знакома многим, но четкое понимание того, что CRM — это не программное обеспечение, а направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес-стратегия, есть не у всех. Более того, даже саму аббревиатуру CRM многие расшифровывают по-разному*. Тем не менее, как западные, так и российские специалисты сходятся на том, что CRM фокусируется на клиентах. Итак, CRM — это:

- бизнес-стратегия, которая позволяет банку быть конкурентоспособным на рынке, фокусируясь на потребностях клиентов;
- стратегия, в основе которой лежит понимание поступков и потребностей клиентуры и, как следствие, привлечение новых и удержание имеющихся клиентов, а также укрепление их лояльности и удовлетворенности;
- стратегия повышения качества обслуживания, способствующая увеличению доли банка на рынке.

Очевидно, что внедрение этого типа стратегий требует изменения корпоративной культуры и психологии сотрудников, перестройки ключевых бизнес-процессов банка, которую следует начинать с четкого разделения функций по специализированным подразделениям с одновременным формированием горизонтальных связей внутри компании. При этом, критерии эффективности такой перестройки находятся в области обслуживания клиентов: время обслуживания; объем неудобств, испытываемых клиентом при получении услуги; число сотрудников банка, с которыми клиенту приходится общаться при получении услуги; качество обслуживания клиентов; показатели удовлетворенности

* CRM – Customer Relationship Marketing или Customer Relationship Management. Некоторые компании пропускают термин «отношения», используя только термин Customer Management.

клиентской базы; показатели ее лояльности и устойчивости; доля бизнеса, приносимая «новыми» клиентами; объем информации о клиентах и т.д.

При реализации стратегий, ориентированных на клиентов, резко возрастают роль и значение маркетинга, поскольку разработка новых банковских услуг невозможна без изучения потребностей клиента. Маркетинговое подразделение банка преобразуется в организатора комплексных продаж банковских услуг, в основе которых лежит системный подход к клиенту, предполагающий рассмотрение совокупности взаимосвязанных элементов, сочетание которых как раз и позволяет клиенту финансово защитить свои ресурсы. При такой перестройке бизнес-процессов необходимо наряду с комплексностью осуществить сегментацию по корпоративным и индивидуальным клиентам, а также по массовым и специальным банковским продуктам.

Одну из ключевых ролей в клиенто-ориентированной методологии играют подразделения клиентских отношений, работа которых поддерживается и обеспечивается всеми остальными подразделениями банка. Это предполагает не только создание команды менеджеров по работе с клиентами, но и создание в обязательном порядке мощной поддерживающей информационной системы, которая включает в себя базу данных, управляемую программным обеспечением CRM системы, а также мультимедийный Call-center (компьютерная телефония, почтовая, факсимильная и электронная рассылка, web-взаимодействие), рассчитанный на круглосуточное обслуживание запросов клиентов, реализацию справочно-информационных задач, способный наполнять достоверной информацией клиентскую базу.

С точки зрения функциональности CRM система должно обладать следующими возможностями:

- Управление контактами;
- Управление продажами;
- Управление маркетинговой деятельностью;
- Управление временем и персоналом;
- Поддержка и обслуживание клиентов (сервисное обслуживание).

Хотя в целом требования по организации работы с клиентами похожи для большинства компаний, для каждой отрасли существуют особые требования и нюансы в вопросах взаимодействия и обслуживания клиентов, связанные с родом деятельности.

Для банков такими особыми требованиями являются:

- Планирование показателей доходности, как по каждому клиенту, так и по группе клиентов, и по определенной отрасли;
- Учет связей клиентов;
- Отраслевой анализ базы реальных и потенциальных клиентов.

Планирование показателей доходности, может периодически осуществляться в CRM-системе, например, по таким параметрам, как:

- Кредитный портфель;
- Среднедневной остаток на счетах;
- Непроцентные доходы (по видам);
- Доходы всего.

Ежемесячно в банковской системе, фактические значения по каждому показателю должны передаваться в CRM-систему для сравнения с плановыми.

Современная банковская CRM-система не может быть только аналитической – она должна быть и управленческой: в случае превышения заданного предела отклонения факта от плана конкретному менеджеру должна автоматически назначаться задача о необходимости скорейшего взаимодействия с данным клиентом, чтобы выяснить причину изменения показателей.

Таким образом, система должна:

- Вовремя сигнализировать менеджеру о том, что нужно инициировать взаимодействие;
- Позволять постоянно отслеживать и повышать доходность клиента с помощью механизма планирования основных показателей;
- Выстраивать эффективную и понятную систему мотивации менеджеров по работе с клиентами;
- Акцентировать внимание на наиболее важных клиентах, классифицируя их по индивидуальным показателям работы.

Однако, автоматическое формирование различных задач не должно превращать специалиста в «робота», слепо следующего указаниям системы. Система должна высвобождать время на повышение квалификации сотрудников, на творческий подход к производственному процессу, на контроль и улучшение качества своей работы.

При работе с клиентами банку необходимо учитывать еще один важный аспект - связанность клиентов друг с другом в различных отношениях. Для любого банка это имеет первостепенное значение, так как характер отношений с одним клиентом непременно влияет на взаимоотношения со связанными с ним компаниями. Кроме того, это эффективный инструмент по привлечению в банк связанных компаний через ключевое лицо.

Очень важно также наличие в системе инструмента для отраслевого анализа базы данных потенциальных и реальных клиентов. Данный инструмент позволяет определить наиболее доходные отрасли для банка, а также определить новые возможности для поиска клиентов и предложений банковских продуктов.

Современная CRM-система, в том числе банковская, должна предоставлять эффективные механизмы контроля работы, как отдельных сотрудников, так и команд исполнителей, и структурных подразделений со стороны руководства. Очень важно, чтобы руководитель мог отслеживать выполнение задач сотрудниками, контролировать ход и результаты маркетинговых кампаний, назначать новые задачи, формировать необходимые отчеты из одного программного «окна», из одной точки входа.

Внедрение CRM системы позволяет существенно увеличить качество, производительность и прибыльность работы банка. Этому способствуют:

- 1) выявление наиболее прибыльных клиентов и проведение индивидуальной работы с ними с целью повышения эффективности их обслуживания;
- 2) получение топ-менеджментом в режиме реального времени необходимых аналитических отчетов, позволяющих составить прогноз объемов продаж, рейтинга ключевых клиентов, определить наиболее востребованные банковские продукты с указанием проблемных областей, провести анализ действий конкурентов, выполнить мониторинг эффективности деятельности менеджеров в области продаж и сервисной поддержки клиентов;
- 3) организация постоянного взаимодействия с клиентом для выяснения и анализа его предпочтений и дальнейшей реализации новых банковских продуктов и услуг;
- 4) ведение и контроль ключевых показателей по сотрудникам и клиентам банка, что обеспечивает принятие обоснованных управленческих решений;
- 5) использование базы знаний по возникающим типичным вопросам и ответам на них, что ускоряет предоставление услуг;
- 6) возможность (благодаря четкой координации действий по обслуживанию клиентов между подразделениями) проследить всю историю отношений с клиентом, начиная от его привлечения и заканчивая последним коммерческим предложением, которое было ему направлено;
- 7) сокращение цикла продаж и увеличение числа успешных сделок за счет исполь-

зования мощных инструментов координации работы с потенциальными клиентами и автоматизации процессов продаж, подготовки коммерческих предложений и работы с заказами клиентов.

Применение системы CRM становится особенно важным в современной экономической обстановке. Из-за мирового финансового кризиса идет сокращение доходов не только предприятий и физических лиц, но и самих банков, вот почему иметь долгосрочные отношения с клиентом, - важнейший способ выжить для банка. Для построения долгосрочных отношений на основе доверия и взаимной выгоды между банком и клиентом необходимо выбрать правильную стратегию. Такой стратегией может стать CRM. Система CRM помогает не только привлекать новых клиентов, но и, что более важно, сохранить и развивать отношения с уже имеющимися клиентами.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Хаксевер К., Рендер Б., Расел С., Мердик Г. Управление и организация в сфере услуг. - СПб: Питер, 2002.
2. Adam E.E., Edtrt J.R. Production and Operation Management: Concepts, Models and Behavior. –5th ed. - N. - Y., Prentice Hall Englewood Cliffs, 1990.
3. Anton Jon, Monger Jodie E., “Customer relationship management: making hard decisions with soft numbers”, Upper Saddle River, London: Prentice Hall, 1996.
4. Brown Stanly, “Customer Relationship Management: a strategic imperative in the world of e–business”, JOHN WILEY & SONS, LTD, 2000.
5. Bryan Foss, Merlin Stone, “CRM in Financial Services: A Practical Guide to Making Customer Relationship Management Work”, Kogan Page Limited, London, 2002.
6. Heizer J.H., Render B. Production and Operation Management: Strategies and Tacties. –3th ed. - Boston: Allyn and Bacon, 1993.

УДК 332.1:330.59

Семова Н.Г., Матаев А.С., Воронцова А.В.

Филиал Уральской академии государственной службы (г. Тюмень)

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ – СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА *

Аннотация. Рассмотрены вопросы повышения качества жизни населения как необходимого условия социально-экономического развития региона. Изучена роль государственных органов в системе формирования качества жизни. Цель устойчивого развития региона – это постоянный и существенный рост качества жизни населения. Стратегия любого прогрессивного развития включает в себя укрепление конкурентоспособности и безопасности региона. Основы развития взяты из анализа зарубежных практик. Новизна данного исследования заключается в том, что предлагается построение модели экономики по критерию инвестиционной привлекательности. Достижение основной цели – повышение качества жизни населения – невозможно без соответствующего экономического роста. Развитие экономики должно быть тесно связано, уравновешено, сопоставимо с реализацией этой цели, то есть должен быть соблюден и реален паритет между социальными и экономическими процессами. Критерием такого паритета может служить инвестиционная привлекательность региона.

Ключевые слова: стратегия, качество жизни, регион, консолидация приоритет.

N. Semova, A. Mataev, A. Vorontsov

Tyumen Branch of Ural Academy of Public Administration

IMPROVEMENT OF LIFE STANDARDS AS A STRATEGIC OBJECTIVE OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

Abstract. The paper deals with the life standard improvement as a prerequisite of social and economic development of the region. The role of public authorities has been examined in the system of forming life quality standards. The objective of sustainable development of the region is a continuous and significant increase life standard of the population. The strategy of any progressive development includes strengthening competitiveness and security of the region. The framework of the development is derived from the analysis of foreign practices. The novelty of the study is in proposition to build models of economy in terms of investment attractiveness. To achieve the main objective of improving the quality of life is impossible without the proper economic growth. Economic development should be closely linked, balanced, and consistent with this goal, i.e. there should be a real balance between social and economic processes. The region's attractiveness for investments could serve a criterion of this balance.

Key words: strategy, life standard, region, consolidation, priority.

Устойчивое социально-экономическое развитие, формирование сильного эффективного региона возможно только на основе социальной консолидации, расширения социальной поддержки действий органов государственной власти в достижении намеченных целей.

В свою очередь, социальная консолидация и поддержка органов государственной власти могут быть обеспечены в том случае, если реальным приоритетом развития региона станет социально значимая цель – существенный рост качества жизни населения.

Основным условием достижения стратегической цели является формирование со-

* © Семова Н.Г., Матаев А.С., Воронцова А.В.

циально-экономической среды, обладающей долгосрочным потенциалом динамичного роста, способной обеспечить рост качества жизни населения и устойчивое расширенное воспроизводство, укрепление конкурентоспособности и безопасности региона [2].

Только на основе модернизации экономики и экономического роста возможно создать базу для повышения уровня жизни населения. При этом первостепенную значимость приобретают качественные характеристики экономической динамики, в их числе – повышение инвестиционной привлекательности региона.

Роль органов государственной власти состоит в стимулировании становления организационной инфраструктуры инновационной экономики, в создании условий для повышения эффективности существующих производств.

Таким образом, развитие в новых условиях должно отвечать следующим требованиям:

- единство социальной и экономической составляющих развития;
- паритет социальных и экономических задач;
- возможность организации процессов, направленных на достижение стратегической цели.

Реализация выработанных приоритетов стратегического развития предполагает определение параметров оценки состояния развития общества, использование показателей, которые должны служить критерием достижения цели и осуществления государственного регулирования регионального развития. В зарубежной и отечественной практике в качестве таких критериев применяется система индикаторов, которым в зависимости от их важности задаются определенные веса и которые могут меняться по мере изменения самой реальной ситуации и приоритетов государственной региональной политики. При этом при выборе индикаторов развития следует учитывать, что отдельные показатели должны быть логически увязаны между собой, то есть следует говорить не о наборе, а о системе показателей, увязанных между собой [1].

При выборе системы показателей, описывающих достижение социально значимой цели – роста качества жизни – следует учитывать интегрированный характер понятия «качество жизни» и увязывать в единую систему как параметры экономического характера, так и показатели уровня социального развития общества.

Среди индикаторов экономического развития важную практическую значимость играют показатели инвестиционной привлекательности региона.

Инвестиционная привлекательность оценивается как агрегированная характеристика взаимосвязанных подсистем инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков.

Степень достижения инвестиционной привлекательности характеризуется уровнем инвестиционной активности. Инвестиционная привлекательность и ее результативный признак – инвестиционная активность – определяют инвестиционный климат в регионе.

Стратегическое управление регионом по критерию инвестиционной привлекательности означает выстраивание системы функциональных социальных и экономических зависимостей основных параметров развития от прироста инвестиций.

Стратегическое значение интегрального показателя инвестиционной привлекательности – в высокой сопоставимости его структурных составляющих с другим интегральным показателем – качеством жизни населения, что позволяет практически обеспечить требуемый уровень единства экономической и социальной составляющих стратегии развития региона [3, 7-11].

Достижение стратегической цели развития ставит перед регионом целый комплекс задач, основными блоками которого являются:

- осуществление качественного скачка в развитии социальной сферы;

проведение модернизации экономики;
оптимизация политики территориального развития региона;
выбор соответствующих приоритетов налоговой и бюджетной политики;
определение механизма реализации стратегических направлений социально-экономического развития региона.

Достижение основной цели – повышение качества жизни населения – невозможно без соответствующего экономического роста. Развитие экономики должно быть тесно связано, уравновешено, сопоставимо с реализацией этой цели, то есть должен быть соблюден реальный паритет между социальными и экономическими процессами. Критерием такого паритета может служить инвестиционная привлекательность региона [5, 168].

Построение модели экономики по критерию инвестиционной привлекательности предполагает активные действия по ряду направлений.

1. Осуществление структурных преобразований в экономике области:

- формирование эффективного собственника;
- повышение эффективности управления государственной собственностью;
- развитие рынков земли и иных объектов недвижимости;
- реализация промышленной, инновационной и научно-технической политики;
- реализация агропромышленной политики и обеспечение продовольственной безопасности региона;
- повышение эффективности функционирования инфраструктурных отраслей: строительного комплекса, инженерной инфраструктуры, финансовой инфраструктуры [4, 360].

2. Формирование конкурентной среды и поддержка малого предпринимательства.

3. Оптимизация размещения производительных сил.

4. Развитие внешнеэкономической деятельности.

5. Управление инвестиционными рисками.

Указанные направления определяют принципы, методы и инструменты экономической политики региона.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Анимца Е.Г., Ёлохов А.Н., Сухих В.А. Качество жизни населения крупнейшего города. Ч. 1.- Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного экономического университета, 2000.
2. Анимца Е.Г., Ёлохов А. Н., Сухих В.А. Качество жизни населения крупнейшего города. Ч. 2 - Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного экономического университета, 2000.
3. Бюллетень Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации и Российского информационного агентства «Новости», Уровень жизни и занятость населения, развитие отраслей социальной сферы, Меры социально-экономической политики правительства Российской Федерации в ближайшей перспективе// Вестник экономики. №14, июль. 2002.
4. Левашов В.И. Социальная политика доходов и заработной платы. М.: Центр экономики и маркетинга, 2000.
5. Экономические и социальные проблемы России. Теневая экономика: экономические и социальные аспекты /Под ред. Жилина И.Ю., Тимофеева Л.М. М: Б., 1999.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОГО АЛГОРИТМА ПРОВЕДЕНИЯ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ*

Аннотация. В статье исследованы вопросы использования модифицированного алгоритма проведения SWOT-анализа для адаптивного управления. Предлагается использование модифицированного алгоритма проведения SWOT-анализа по бизнес-процессам предприятия, когда факторы бизнес-процессов в рамках каждого элемента (например, сильные стороны) будут проранжированы по значимости.

Ключевые слова: адаптивное управление, SWOT-анализ, бизнес-процесс, факторы.

A. Kharitonova

N.F. Katanov Khakass State University

THE USE OF MODIFIED ALGORITHM OF CARRYING OUT SWOT-ANALYSIS
FOR ADAPTIVE MANAGEMENT AT METALLURGICAL ENTERPRISE

Abstract. The paper covers the problems of the use of the modified algorithm of carrying out the SWOT-analysis for adaptive management. The SWOT-analysis of enterprise business processes is recommended to be used to range the importance of business process factors within the limits of each element (e.g. strengths).

Key words: adaptive management, SWOT-analysis, business process, factors.

Для эффективного адаптивного управления предлагается использование модифицированного алгоритма проведения SWOT-анализа по бизнес-процессам предприятия, когда факторы бизнес-процессов в рамках каждого элемента (например, сильные стороны) будут проранжированы по значимости: первой будет идти самая важная, затем менее важная и так далее [7, 50]. В таблице 1 представлен вариант SWOT – анализа деятельности металлургического предприятия (бизнес-процесс – сбыт продукции).

* © Харитонов А.В.

Таблица 1

WOT – анализ деятельности металлургического предприятия (бизнес-процесс – сбыт продукции)

Сильные стороны – внутренняя среда	Возможности – внешняя среда
1) Широкий ассортимент продукции 2) Широкий рынок сбыта 3) Комплексная поставка продукции 4) Гибкая система скидок 5) Многовариантная оплата за поставку продукции 6) Внимательное отношение к потребителю и долгосрочное сотрудничество 7) Большой опыт в проведении всех видов сервисного обслуживания 8) Возможность обучения кадров 9) Высокий образовательный уровень персонала	1) Снижение ставки рефинансирования 2) Рост покупательной способности рубля 3) Стабилизация курса доллара 4) Большой рынок рабочей силы высокой квалификации 5) Большой выбор поставщиков 6) Появление современных технологий производства и высокоэффективного оборудования 7) Географическое положение 8) Политическая стабильность
Слабые стороны - внутренняя среда	Угрозы - внешняя среда
1) Отсутствие маркетинговых исследований 2) Высокие цены 3) Недостаточно знаний о конкурентах 4) Высокая текучесть кадров 5) Ухудшение финансовой ситуации 6) Снижение рентабельности деятельности вследствие опережающего роста издержек 7) Неэффективное использование ресурсов 8) Кредитование предприятия связано с риском 9) Значительный износ оборудования	1) Повышение требований к качеству и ценам 2) Рост числа конкурентов 3) Нестабильность цен поставщиков 4) Риск использования конкурентами современных технологий 5) Повышение цен на энергоносители 6) Высокие налоги 7) Критическое состояние производственной инфраструктуры 8) Низкие темпы развития высокотехнологичного, трудо- и наукоемкого производства 9) Рост удельной энерго-, материало-, природоемкости производства

На следующем этапе следует осуществлять ранжирование факторов внутренней и внешней среды в соответствии с их балльной оценкой. Оценка важности (X) и влияния

(Y) фактора для бизнес-процесса металлургического предприятия может осуществляться по следующей балльной системе: 3 – большое значение, 2 – умеренное значение, 1 – слабое значение, 0 – отсутствие влияния. Итоговый результат определяется как произведение оценок (табл. 2).

Таблица 2

Количественный SWOT-анализ бизнес-процесса сбыт продукции

Факторы	Важность (X)	Влияние (Y)	Результат
1	2	3	4=гр.2*гр.3
Сильные стороны			
1) Широкий ассортимент продукции	3	3	9
2) Широкий рынок сбыта	3	3	9
3) Комплексная поставка продукции			
4) Гибкая система скидок	3	3	9
5) Многовариантная оплата за поставку продукции	3 2	2 3	6 6
6) Внимательное отношение к потребителю и долгосрочное сотрудничество	2	3	6
7) Большой опыт в проведении сервисного обслуживания			
8) Возможность обучения кадров	3	3	9
9) Высокий образовательный уровень персонала	3	3	9
	2	2	4
Итого / среднее значение			67/7,4
Слабые стороны			
1) Отсутствие маркетинговых исследований	3 2	2 2	6 4
2) Высокие цены	3	2	6
3) Недостаточно знаний о конкурентах	2	2	4
4) Высокая текучесть кадров	3	3	9
5) Ухудшение финансовой ситуации			
6) Снижение рентабельности деятельности вследствие опережающего роста издержек	3 3	3 3	9 9
7) Неэффективное использование ресурсов	2 3	2 2	4 6
8) Кредитование предприятия связано с риском			
9) Значительный износ оборудования			

Итого / среднее значение			57/6,3
Возможности			
1) Снижение ставки рефинансирования	3	3	9
2) Рост покупательной способности рубля	2	2	4
	3	2	6
3) Стабилизация курса доллара	3	3	9
4) Большой выбор поставщиков			
5) Появление современных технологий производства и высокоэффективного оборудования	3	3	9
	2	1	2
6) Политическая стабильность			
Итого / среднее значение			39/6,5
Угрозы			
1) Повышение требований к качеству и ценам	2	2	4
2) Рост числа конкурентов	2	1	2
3) Нестабильность цен поставщиков	3	3	9
4) Риск использования конкурентами современных технологий	2	1	2
5) Повышение цен на энергоносители	3	3	9
6) Высокие налоги	3	2	6
7) Критическое состояние производственной инфраструктуры	3	3	9
8) Низкие темпы развития высокотехнологичного, трудо- и наукоемкого производства	2	3	6
9) Рост удельной энерго-, материало-, природоемкости производства	2	2	4
Итого / среднее значение			51/5,66

Проведённый количественный SWOT-анализ позволяет сделать вывод о том, что сильные стороны бизнес-процесса предприятия и возможности среды позволят металлургическому предприятию преодолеть слабые стороны, а также устранить имеющиеся угрозы. После того, как составлен конкретный перечень слабых и сильных сторон, а также угроз и возможностей бизнес-процесса, следует установить связи между ними. Для этого формируется матрица SWOT, имеющая вид представленный в таблице 3.

Таблица 3

Матрица SWOT бизнес-процесса металлургического предприятия

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	поле С и В	поле С и У
Слабые стороны	поле Сл и В	поле Сл и У

Как видно из таблицы 3, выделяются два блока (сильные и слабые стороны), в которые соответственно вписывают все выявленные на первом этапе анализа стороны предприятия. В верхней части матрицы также выделяются два блока (возможности и угрозы), в которые соответственно вписывают все выявленные возможности и угрозы. На пересечении блоков образуются четыре поля: С и В (сила и возможности), С и У (сила и угрозы), Сл и В (слабость и возможности), Сл и У (слабость и угрозы). В каждом из этих полей необходимо рассмотреть все возможные парные комбинации и выделить те, которые должны быть учтены при разработке стратегии развития. Для этого формируется таблица взаимосвязей показателей, когда выявляются попарно возможные положительные факторы (возможности) и отрицательные факторы (угрозы) риска – внешние и внутренние, - присущие определенному бизнес-процессу (см. табл. 4).

В отношении тех пар, которые выбираются в поле С и В, следует разрабатывать стратегию по использованию сильных сторон предприятия, для того, чтобы получить отдачу от возможностей, которые появились во внешней среде. Для тех пар, которые оказались в поле Сл и В, стратегия должна быть построена таким образом, чтобы за счёт появившихся возможностей попытаться преодолеть имеющиеся на металлургическом предприятии слабости. Если пара находится в поле С и У, то стратегия должна предполагать использование силы предприятия для устранения угрозы. Что же касается пар в поле Сл и У, то следует выработать такую стратегию, которая позволила бы как избавиться от слабости, так и попытаться предотвратить нависшую над предприятием угрозу. Для каждого поля описанной таблицы выявляются наиболее значимые комбинации и определяются те стратегические и тактические возможности, которые они дают (см. табл. 4).

Таблица 4

**Стратегические и тактические возможности металлургического предприятия
(бизнес-процесс сбыт продукции)**

Наименование комбинаций SWOT-матрицы	Номера позиций в квадрантах комбинаций	Стратегические и тактические возможности
Поле С и В	C1+C2+C3+C4+C5+C6+ V3+V7	Рост объёма поставок Увеличение доли рынка
	C9+V6	Рост объёмов производства Более эффективное использование производственных мощностей

Поле Сл и В	Сл5+Сл6+В1+В2+В3	Стабилизация финансового положения Обеспечение притока денежных средств
	Сл1+Сл3+Сл4	Создание отдела маркетинга способного адекватно реагировать на изменения среды Сокращение уровня текучести кадров и привлечение квалифицированных специалистов.
	Сл7+Сл9	Обновление оборудования
Поле С и У	С1+С2+С3+С4+С5+С6+С7+У1+У2+У3+У4+У5	Сохранение занимаемых позиций и уровня конкурентоспособности
Поле Сл и У	Сл1+Сл3+Сл10+У2+У3+У4	Интенсификация маркетинговых усилий
	Сл7 +У9	Повышение эффективности производственной деятельности

Именно данные комбинации металлургическая компания должна использовать при разработке стратегии процессного развития предприятия и соответственно данная стратегия представляет собой основной фактор повышения адаптивности предприятия. На следующем этапе анализируется матрица количественного SWOT – анализа и показатели, характеризующие положение компании на рынке. Для этого определяется удельный вес сильных сторон, возможностей, слабых сторон и угроз от их максимально возможных значений.

На основании информации, представленной в табл.2, получено, что сильные стороны составляют 82 % от максимально возможных ($СС=67/81 \times 100=82\%$), слабые стороны - 70 % от максимально возможных ($СлС=57/81 \times 100=70\%$), возможности составляют 72 % от максимально возможных ($В=39/54 \times 100=72\%$), угрозы, соответственно, 62 % от максимально возможных ($У=51/81 \times 100=62\%$)

На основе сопоставления полученных удельных значений определяется разность между ними и осуществляется анализ этого результата.

1) Разница показателей - сильные стороны и угрозы бизнес-процесса дает нам информацию о том, насколько успешно сильные стороны бизнес-процесса предприятия помогут преодолеть угрозы внешней среды.

$$У_{пУ} = СС - У, \quad (1)$$

где $У_{пУ}$ – показатель, отражающий возможность преодоления угроз, %;

СС – сильные стороны бизнес-процесса предприятия, %;

У – угрозы бизнес-процесса предприятия, %.

Для данного предприятия разница этих показателей равна $У_{пУ} = 82 - 62 = 20\%$ проц. пунктов, что показывает сильные позиции предприятия в отрасли и уверенность в буду-

щем. Хотя приходится отметить и достаточно солидный удельный вес угроз.

2) Разница показателей - возможности и слабые стороны бизнес-процесса показывает возможность компании преодолеть слабости за счет новых разработок, идей, проектов и решений.

$$P = V - \text{СлС}, \quad (2)$$

где P – показатель, отражающий возможность роста металлургической компании, %;

V – возможности бизнес-процесса предприятия, %;

СлС – слабые стороны бизнес-процесса предприятия, %.

Хотя для данного металлургического предприятия показатель равен $P = 72 - 70 = 2$ % проц. пункта, это не должно вызывать больших опасений у руководителей компании, так как грамотная стратегия и использование всех возможностей в полной мере позволяют преодолеть текущие слабые стороны.

3) Разница показателей - сильные стороны и слабые стороны бизнес-процесса показывает текущее состояние предприятия, имеющийся запас прочности, характеризует работу менеджеров компании на текущий момент.

$$\text{СП} = \text{СС} - \text{СлС}, \quad (3)$$

где СП – показатель, отражающий текущее состояние предприятия, %.

Для предприятия разница равна $\text{СП} = 82 - 70 = 12$ % проц. пунктов, что положительно характеризует работу менеджеров металлургической компании. Но приходится отметить, что слабые стороны составляют большой удельный вес и поэтому этот факт должен вызывать определенную тревогу у руководителей и требовать более грамотного управления предприятием.

4) Разница показателей возможности и угрозы бизнес-процесса позволяет выявить перспективы предприятия: возможно ли, при сохранении имеющихся тенденций, улучшить его положение, преодолев не только надвигающиеся угрозы, но и уменьшить риск слабых сторон – недостатков предприятия.

$$\text{ПП} = V - U, \quad (4)$$

где ПП – показатель, отражающий перспективы предприятия, %.

Для предприятия разница равна $\text{ПП} = 72 - 62 = 10$ % (проц. пунктов), что показывает хорошие перспективы компании в улучшении её положения в будущем. У предприятия имеются все возможности для успешного ведения бизнеса и развития производства.

5) Разница показателей - возможности и сильные стороны предоставляет возможность оценить перспективы предприятия, возможность его экстенсивного либо интенсивного развития. Этот показатель тесно связан с концепцией жизненного цикла предприятия. На ранних стадиях необходимо, чтобы возможности предприятия превышали его сильные стороны, то есть важнейшими показателями являются те, которые измеряют рост предприятия. На поздних стадиях сильные стороны бизнес-процесса предприятия наоборот превышают его возможности, а важнейшие показатели данной стадии – прибыль и рентабельность. Соответственно в середине жизненного цикла разница должно стремиться к нулю, т.е. в одинаковой мере важны все показатели деятельности предприятия.

$$\text{ПР} = \text{СС} - V, \quad (5)$$

где ПР – показатель, отражающий возможность экстенсивного или интенсивного развития, %.

Соответственно, исходя из значения данного показателя, $\text{ПР} = 82 - 72 = 10$ % (проц. пунктов), предприятие находится в состоянии зрелости, т.к. его сильные стороны превышают возможности. Возможность долговременного роста для данного предприятия

отсутствует, и необходимо выстраивать политику предприятия, принимая во внимание значение данного показателя.

б) Разница показателей угрозы и слабые стороны бизнес-процесса определяет возможное нарастание слабых сторон предприятия и также тесно связана с концепцией жизненного цикла предприятия. Для раннего этапа развития слабые стороны должны быть больше возможных угроз бизнес-процесса, соответственно для промежуточных этапов эти показатели примерно равны, для этапа зрелости угрозы превосходят слабые стороны.

$$УС = СлС - У, \quad (6)$$

где УС – показатель, отражающий возможность нарастания слабых сторон бизнес-процесса предприятия, %.

В соответствии с данным показателем $УС = 70 - 62 = 8\%$ (проц. пунктов), и предприятие якобы находится на ранней стадии жизненного цикла, что противоречит выводам анализа предыдущего показателя. Поэтому для более точного определения положения предприятия следует определять разницу этих двух показателей $10 - 8 = 2\%$ проц. пунктов. Т.к. полученный показатель близок к нулю, то следовательно, предприятие находится в середине жизненного цикла, что косвенно подтверждает небольшая разница в значениях всех основных показателей.

Далее рассматриваются перспективы предприятия, исходя из матрицы SWOT – анализа. За величину, отражающую текущее положение, принимается разница сильных сторон и слабых сторон, а показатель отражающий будущее состояние предприятия рассчитывается следующим образом: к названной разнице прибавляются возможности и вычитаются угрозы.

$$ПБ = (СС - СлС) + (В - У), \quad (7)$$

где ПБ – показатель, отражающий будущее состояние фирмы, %.

Соответственно показатель равен $ПБ = (82 - 70) - (72 - 62) = 22\%$.

Представленный SWOT- анализ рекомендуется проводить для всех бизнес-процессов металлургического предприятия.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: анализ, оценка и управление: Учебно-методическое пособие. - М.: Дело и сервис, 2004. - 192с
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ.-М.: Дело, 2002. – 800 с.
3. Петраков Н.Я., Ротарь В.Н. Фактор неопределенности и управление экономическими системами. -М., Наука 1985.
4. Пособие по созданию и организационно-экономическому механизму функционирования агропромышленных формирований. – М., ФГНУ “Росинформагротех”, 2000.
5. Постюшков А. Рейтинг конкурентоспособности // РИСК. – 2001. - № 4. – с. 64-71.
6. Потрубач Н.Н. Конкурентоспособность как фактор экономической безопасности // Социально-гуманитарные знания. - 2000. - N 3. - с. 120-132.
7. Симкина Л. Практическое руководство по сегментированию рынка М., Экономика, 2006.
8. Урсул А.Д. Переход России к устойчивому развитию. - М.: Издательский дом «Ноосфера», 1998.
9. Урсул А.Д., Демидов Ф.Д. Устойчивое социоприродное развитие. М.: Юнити, 2006.
10. Ушвицкий Л.И., Васильева Н.К., Ушвицкий М.Л. Социально-экономическая устойчивость региона: состояние и проблемы развития // Региональная экономика; теория и практика. - 2005. - № 8(23) - С. 29-33

НАШИ АВТОРЫ

Аллаков Арслан Батырович, аспирант кафедры финансов и цен Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, тел.: (495) 544-74-64

Богадулов Руслан Норманович, аспирант Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса, e-mail:Finteh1@yandex.ru

Бурцев Юрий Алексеевич, доцент кафедры экономики и предпринимательства Московский государственный областной университет, e-mail:yuriy-burtsev@mail.ru

Воронцова Анна Викторовна, кандидат педагогических наук, старший преподаватель Филиала Уральской академии государственной службы в г. Тюмени, e-mail:urags72nauka@g.mail.ru

Глушков Александр Степанович, кандидат военных наук, доцент, профессор Московского государственного вечернего металлургического института, e-mail:glushkov2005@mail.ru

Гуленко Петр Игоревич, старший преподаватель кафедры экономической теории Российской открытой академии транспорта, e-mail:gulenkor1@yandex.ru

Дембицкий Сергей Геннадьевич, доктор экономических наук, профессор кафедры управления организацией, первый проректор, проректор по учебной работе Московского государственного областного университета, e-mail:ser.dem@mail.ru

Карпенко Оксана Алексеевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и кредита экономического факультета Российского университета дружбы народов, e-mail:karpenox@list.ru

Кашкина Инна Олеговна, аспирант кафедры экономики (Российского нового университета), преподаватель специальных дисциплин, e-mail:miokio@mail.ru

Кирпичев Виктор Васильевич, доцент Смоленского филиала Орловской региональной академии государственной службы, кандидат экономических наук, e-mail:vikvas2009@rambler.ru

Косевич Александр Валентинович, кандидат экономических наук Международного института экономики и права (Москва), первый проректор, e-mail:mier@mail.ru

Кошман Анна Сергеевна, аспирант кафедры экономики и международного бизнеса Финансового университета при Правительстве Р.Ф., e-mail:anna_koshman@mail.ru

Лимонов Виктор Иванович, кандидат экономических наук, заместитель генерального директора ООО «Объединение санаторно-курортных и оздоровительных предприятий «Профатомфонд» e-mail:limonoff@mail.ru

Матаев Александр Сергеевич, кандидат физико-математических наук, заместитель директора Филиала Уральской академии государственной службы в г. Тюмень по научной работе Уральская академия государственной службы, e-mail:urags72nauka@g.mail.ru

Овчаренко Надежда Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Краснодарского кооперативного института, e-mail:nade-o@yandex.ru

Семенова Галина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент Московского государственного областного университета, тел. 8-916-555-63-01

Семова Наталья Геннадьевна, кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и управления дисциплин Филиала Уральской академии государственной службы в г. Тюмень по научной работе Уральская академия государственной службы, e-mail:urags72nauka@g.mail.ru

Тахумова Оксана Викторовна, кандидат экономических наук, доцент Ставрополь-

ского государственного университета, e-mail:takhumova@rambler.ru

Фролов Виталий Николаевич, кандидат экономических наук, главный специалист Департамента корпоративных финансов, ОАО «Третья генерирующая компания оптового рынка электроэнергетики», e-mail:info@frolov.ws

Харитоновна Альбина Васильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова

Хубиева Айшат Солтан-Хамидовна, научный сотрудник, преподаватель кафедры Экономических дисциплин филиала Южного федерального университета (с.Учкекен), e-mail:AishaKhubieva@mail.ru

Чистоходова Людмила Ивановна, профессор кафедры экономики и предпринимательства Московского государственного областного университета, e-mail:kaf413@mail.ru

Шепелев Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института (Москва), советник директора - руководитель научного направления, e-mail:shepelev@vniki.msk.ru

Шокин Ян Вячеславович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики факультета экономики и управления Международного университета природы, общества и человека «Дубна», член-корреспондент Международной общественной Академии экологической безопасности и природопользования, e-mail:yshokin@mail.ru

Эбергарт Анастасия Евгеньевна, бренд-менеджер ООО «Малтимэкс», соискатель степени кандидата экономических наук, e-mail:dt-1@mail.ru

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ О «ВЕСТНИКЕ МГОУ»

Научный журнал «Вестник Московского государственного областного университета» основан в 1998 году.

Многосерийное издание университета «Вестник МГОУ» включено в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора наук в соответствии с решением президиума ВАК России 06.07.2007г. (см. Список на сайте ВАК, редакция апреля 2008 г.).

В настоящее время публикуется 10 серий «Вестника МГОУ», все – в рекомендательном списке ВАК (см.: прикрепленный файл на сайте www.mgou.ru).

Для публикации статей в сериях «Вестник МГОУ» необходимо по электронному адресу vest_mgou@mail.ru прислать текст статьи (в формате Microsoft Word, шрифт Times New Roman, кегль 14, поля 2,5 см со всех сторон, интервал полуторный) вместе со следующей информацией:

- а) авторская анкета (отдельный файл):
 - фамилия, имя, отчество (полностью);
 - ученые степень и звание, должность и место работы/учебы или соискательства (полное название в именительном падеже, а не аббревиатура);
 - адрес (с указанием почтового индекса);
 - номера контактных телефонов;
 - адрес электронной почты, личный или служебный (обязателен с 25.06.09);
 - желаемый месяц публикации.
- б) фамилия, имя на английском языке;
- в) название статьи на русском и английском языках;
- б) аннотация на русском и английском языках (500-1200 знаков с пробелами). На английском под заголовком **Abstract**;
- в) ключевые слова на русском и английском языках (примерно 5-7 слов) под заголовком **Key words**;
- г) список использованной литературы под заголовком Список Литературы, оформленный по ГОСТу с указанием авторов всех использованных работ, в т.ч. художественных произведений; при ссылке на их работы и цитировании указываются фамилия авторов (или составителей), год издания, страницы.

Образец оформления статьи

УДК

Фамилия И.О.

Университет или организация

с указанием в скобках города, если он не следует из названия

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Аннотация.....

Ключевые слова:.....

И. Фамилия (английский язык)

Наименование учебного заведения на английском языке с указанием в скобках города, если он не следует из названия.

ПЕРЕВОД НАЗВАНИЯ СТАТЬИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Abstract.....

Key words:.....

Текст статьи.....

.....

ЛИТЕРАТУРА

Внутритекстовые примечания (библиографические ссылки) приводятся в квадратных скобках. Например: [Александров А.Ф. 1993, 15] или [1, 15]. В первом случае в скобках приводятся фамилии и инициалы авторов использованных работ и год издания, во втором случае делается ссылка на порядковый номер использованной работы в пристатейном списке литературы. После запятой приводится номер страницы (страниц). Если ссылка включает несколько использованных работ, то внутри квадратных скобок они разделяются точкой с запятой. Затекстовые развернутые примечания и ссылки на архивы, коллекции, частные собрания помещают после основного текста статьи и перед списком литературы.

Обращаем особое внимание на точность библиографического оформления статей. Обращаем также внимание на выверенность статей в компьютерных наборах и полное соответствие файла в электронном и бумажном варианте!

Форматирование текста:

- **запрещены** переносы в словах
- **допускается** выделение слов полужирным шрифтом, подчеркивания и использования маркированных и нумерованных (первого уровня) списков;
- наличие рисунков, формул и таблиц допускается только в тех случаях, если описать процесс в текстовой форме невозможно. В этом случае каждый объект не должен превышать указанные размеры страницы, а шрифт в нем – не менее 12 пунктов. Возможно использование только вертикальных таблиц и рисунков. Запрещены рисунки, имеющие залитые цветом области, все объекты должны быть черно-белыми без оттенков. Все формулы должны быть созданы с использованием компонента Microsoft Equation или в виде четких картинок.

Требования к отзывам и рецензиям

К предлагаемым для публикации в «Вестнике МГОУ» статьям прилагается отзыв научного руководителя (консультанта) и рекомендация кафедры, где выполнена работа. Отзыв заверяется в организации, в которой работает рецензент. Кроме того, издательство проводит еще и независимое рецензирование.

В рецензии (отзыве) обязательно раскрывается и конкретизируется исследовательская новизна, научная логика и фундированность наблюдений, оценок, выводов; отмечается научная и практическая значимость статьи. Замечания и предложения рецензента при общей положительной оценке статьи и рекомендации к печати не являются препятствием для ее публикации после доработки.

Редакционная коллегия оставляет за собой право на редактирование статей. Статьи, не соответствующие указанным требованиям, решением редакционной коллегии серии не публикуются. Авторы получают рецензии с мотивированным отказом в публикации. Автор несет ответственность за точность воспроизведения имен, цитат, формул, цифр. Просим авторов тщательно сверять приводимые данные.

Все статьи проходят проверку в системе «Антиплагиат».

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается. Статьи аспирантов МГОУ печатаются в первую очередь, статьи аспирантов других вузов - по мере возможности, определяемой в каждом конкретном случае ответственным редактором. Оплата статей сторонних авторов (не аспирантов) после принятия статьи ответственным редактором предметной серии должна покрыть расходы на ее публикацию.

После принятия статьи к публикации все авторы оформляют подписку на журнал в любом почтовом отделении через каталог Агентства «Роспечать».

Подписные индексы на серии «Вестника МГОУ»
в каталоге «Газеты и журналы», 2010, Агентство «Роспечать»

Серии: «История и политические науки» - 36765; «Экономика» - 36752; «Юриспруденция» - 36756; «Фило-софские науки» - 36759; «Естественные науки» - 36763; «Русская филология» - 36761; «Лингвистика» - 36757; «Физика-математика» - 36766; «Психологические науки» - 36764; «Педагогика» - 36758.

В «Вестнике МГОУ» публикуются статьи не только работников МГОУ, но и других научных и образовательных учреждений России и зарубежных стран. Журнал готов предоставить место на своих страницах и для Ваших материалов!

По финансовым и организационным вопросам публикации статей обращаться в Объединенную редакцию «Вестника МГОУ»: vest_mgou@mail.ru, тел. (499) 261-43-41, (495) 723-56-31 (Туркова Людмила Валентиновна).

Наш адрес: г. Москва, ул. Радио, д.10 а, комн.98.

График работы: с 10 до 17 часов, в пятницу - до 16 часов, перерыв с 13 до 14 часов.

Начальник отдела по изданию «Вестника МГОУ» Абрамов Андрей Вячеславович.

Более подробную информацию можно получить на сайте www.mgou.ru

ВЕСТНИК
Московского государственного
областного университета

Серия
«Экономика»

№ 4

Подписано в печать: 05.11.2010.
Формат бумаги 60x86 /₈. Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman».
Уч.-изд. л. 9. Усл.п.л. 10,45. Тираж 250 экз. Заказ № 142.
Издательство МГОУ
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10-а
тел/факс (499) 261-43-41